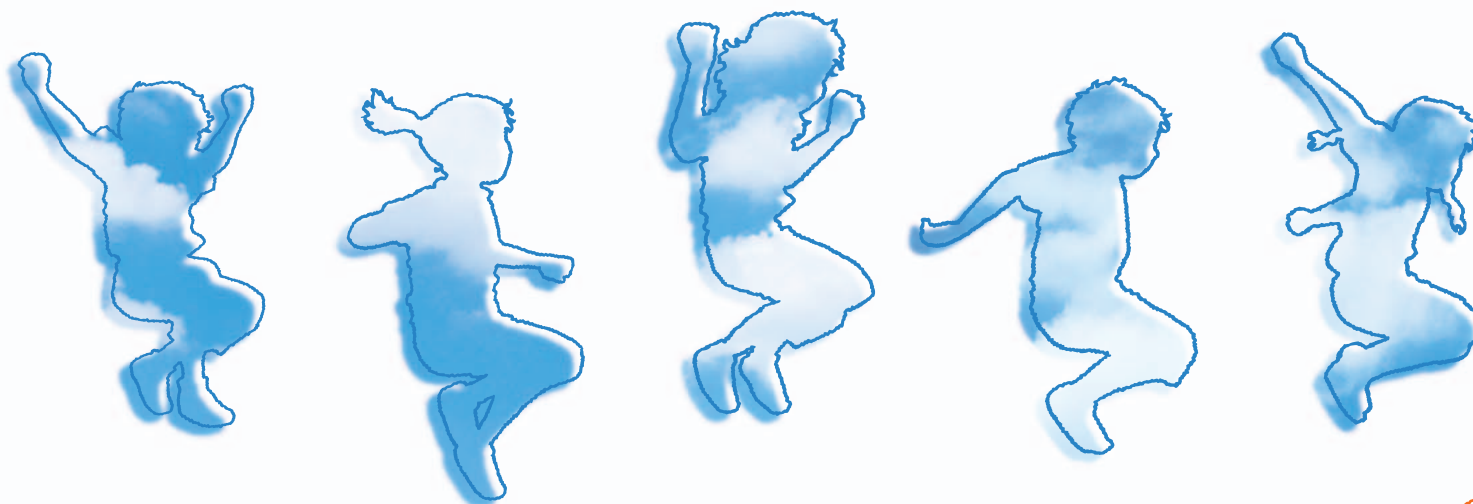


CSR Report 2008

KDDI CSR報告書 [フルレポート]



KDDI CSR Report 2008

目次 [フルレポート]

編集方針	1
会社概要／事業概要	2
トップメッセージ	3
KDDIのCSR	5
豊かな未来を情報通信の力でデザインする	7
特 集	
1 従業員との対話「社会との一層の信頼関係構築に向けて」	9
2 子どもたちに安全なコミュニケーション環境を届けるために	13
3 いつでもつながる。一番大切な責任を果たすために	15
4 美しい地球環境の保全に向けて	17
2007年度のパフォーマンス報告	
ステークホルダー満足の向上	
お客さまとの信頼づくり	20
従業員との信頼づくり	23
株主・投資家さまとの信頼づくり	26
お取引先さまとの信頼づくり	27
社会との信頼づくり	28
マネジメント報告	
コーポレート・ガバナンス	31
内部統制	32
コンプライアンス	33
リスクマネジメント	34
情報セキュリティ	35
環境報告	
KDDIの環境保全への取り組み	36
KDDIの事業活動と環境への影響	37
KDDIの中期環境保全計画	38
環境保全活動の目標と実績	39
2007年度の主な環境への取り組み	41
KDDIグループのCSR活動	43
第三者意見	44

編集方針

本報告書は、KDDIのCSRに対する考え方と活動を、ステークホルダーのみなさまに誠実に開示し、当社の取り組みに対する率直なご意見を頂戴することで、より良いCSR活動に結び付けていくことを目的に、2006年から発行しています。

KDDIでは、ステークホルダーのみなさまとの対話を通じて、情報通信社会の構築に貢献していきたいと考えています。みなさまからの忌憚のないご意見・ご感想をお寄せいただけますようお願いいたします。

●本報告書の構成

KDDI CSR Report 2008は、フルレポート(PDF)とダイジェスト版(冊子)から構成されています。

●フルレポート(PDF・全46ページ)

KDDIのCSR活動全般について報告しています。特集と活動実績報告の2つからなり、特集ではステークホルダーのみなさまの関心が特に高いと思われるテーマを中心に、ステークホルダーの声を盛り込みながら、わかりやすい報告を心がけました。活動実績報告では2007年度のCSR活動のパフォーマンスについて、ステークホルダー別の社会性報告、CSR活動の基盤についてのマネジメント報告、環境保全活動に関する環境報告の3つのカテゴリー別に詳しく報告しています。

●ダイジェスト版(冊子・全20ページ)

ステークホルダーのみなさまに手にとってお読みいただきたい特集記事を中心に(P1～P18)、冊子として発行したものです。

●対象範囲

●対象組織

KDDI株式会社 単体(一部グループ会社の活動報告を含む)

●対象期間

2007年度(2007年4月1日～2008年3月31日)
一部2008年4月以降の活動と将来の見通しについての報告を含む(対象期間が異なる場合はその都度明記しています)

●参照ガイドライン

GRI※「サステナビリティリポーティングガイドライン2006」
環境省「環境報告ガイドライン2007年版」

※ Global Reporting Initiativeの略。サステナビリティレポートの国際的なガイドラインを立案し、普及させることを目的に1997年に設立された国際的組織。

●発行時期

ダイジェスト版(冊子) 2008年6月
フルレポート(PDF) 2008年8月
(前回の発行: 2007年7月、次回発行予定: 2009年6月/8月)

●発行元およびお問い合わせ先

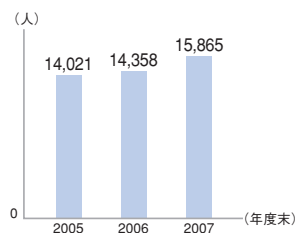
KDDI株式会社 総務部 CSR・環境推進室
〒102-8460 東京都千代田区飯田橋3丁目10番10号 ガーデンエアタワー
TEL: 03-6678-1381 FAX: 03-6678-0317
E-mail: csr@kddi.com

会社概要

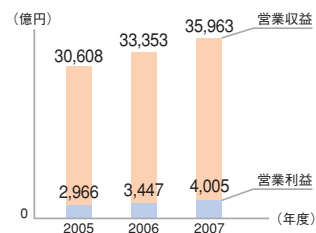
社名	KDDI株式会社 (英文名称: KDDI CORPORATION)
創業	1984年6月1日
事業内容	電気通信事業
本社所在地	東京都千代田区飯田橋3丁目10番10号 ガーデンエアタワー
代表者	代表取締役社長兼会長 小野寺 正
資本金	141,851,778,300円
従業員数	15,865名 (2008年3月末、連結ベース)

● 主な経営指標の推移 (連結ベース)

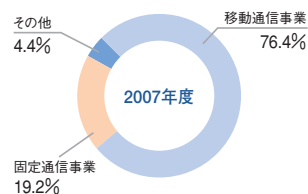
▶ 従業員数の推移



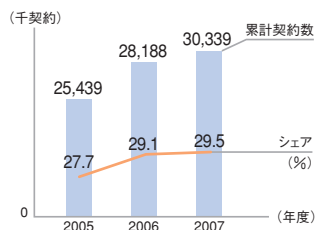
▶ 営業収益と営業利益の推移



▶ 営業収益のセグメント別構成比



▶ 移動通信事業の累計契約数とシェア



事業概要

KDDIは、固定通信から移動通信までの幅広い情報通信サービスを一社で提供する総合通信事業者として、人と人とのコミュニケーションやさまざまな社会経済活動を支える事業を営んでいます。これらの事業は、auを核として一般のお客さまに情報通信サービスを用いた新しいライフスタイルを提案するコンシューマ事業と、ICT (Information and Communication Technology: 情報通信技術) を用いて法人のお客さまのビジネス上の課題を解決するソリューション事業に大きく分かれています。

● auケータイ

KDDIの携帯電話サービス。auならではの「魅力的なデザイン」「高付加価値なコンテンツ」「使いやすい料金」でサービスを提供。いつでも、どこでも、通信ネットワークにアクセスできるユビキタスネット社会におけるもっとも身近なパーソナル・ツールとして、安全で使いやすく、生活に密着したサービスを提供。



● インターネット接続サービス (ISP)

高速光ファイバーやADSLなど、お客さまのニーズに合わせたインターネット接続サービス「au one net」を提供。



● 電話サービス

「メタルプラス電話」や「ひかりone 電話サービス」など、KDDI独自のネットワークを使った電話サービスを提供。



● コンテンツサービス

ケータイ連携型PCポータルサイトの「au one」や、auケータイとパソコンを連携する業界初の総合音楽サービス「LISMO!」を展開。お客さまの「もっと豊かに、もっと自分らしく」を実現する多様なサービスを提供。



● ケーブルテレビとの連携サービス

ケーブルテレビ各社との連携により、ケーブルテレビをご利用のお客さまへも電話サービス、インターネットサービス、映像配信サービスを提供。

● ブロードバンドサービス

1本の光ファイバーで、高速インターネット・電話・TVサービスのトリプルプレイをセットで提供する総合ブロードバンド通信サービス「ひかりone」をはじめとして、生活スタイルに合わせた快適なブロードバンド環境を提供。



● 法人向けソリューション

国内から広くグローバルまでをカバーする固定通信と新しいワークスタイルに対応する移動通信、これら高品質で安定したネットワークを核とした幅広いソリューションをお客さまに提供。

message

■ トップメッセージ



調和のとれた豊かな社会に向けて 情報通信の力で貢献する

TCSがCSRの基盤

KDDIは、当社のサービスをご利用いただくお客さまはもちろんのこと、お取引先、従業員、株主・投資家、行政機関などすべてのステークホルダーを「お客さま」ととらえ、あらゆるプロセスでお客さまのご満足を追求するトータル・カスタマー・サティスファクション活動（TCS: Total Customer Satisfaction）を全社活動として推進しています。

このTCSの考え方に基づいて、すべてのステークホルダーのご満足を高めていくことが、社会の期待に応え、KDDIが社会的責任を果たすことにつながると考えています。そのため、従業員には日頃から担当する業務のステークホルダーは誰かを考え、絶えず先を見据えながら、期待されている以上のご満足を提供することで、社会からの期待に応えてほしいと考えています。

社会の「安心」に貢献するために

私たちが提供する情報通信サービスは、コミュニケーション

の手段であり、実際にどのように使われるかは基本的にはご利用者に依存しています。しかし、情報通信の技術やサービスはめざましい速度で進化・普及しており、必ずしも私たちが願うような使われ方をされない場合もあります。

この背景には、技術の進歩や普及のスピードに社会科学的知見や仕組みが十分に追いついていないという面があると思いますが、そのような場合には、いかに早く社内にフィードバックを行い、サービスの提供方法や社会的な仕組みの整備に取り組むかが重要だと考えています。KDDIでは、2008年2月から20歳未満の携帯電話サービスの新規契約者へフィルタリングサービスを原則適用するとともに、より安全に使っていただくために、全国の小学生を対象に行ってきた「ケータイ教室」を2008年度からは中・高校生にまで拡大しました。

今後も、安心してご利用いただけるサービスの提供に向けて、社会科学的な研究や社会への働きかけを進めるとともに、「社会の安全」や「健康」などで役立てるようなサービ

スや商品の開発にも積極的に取り組んでいきたいと考えています。

環境負荷の低減につながるサービスの提供

情報通信は、人が移動しなくても遠く離れた場所へ情報を伝えることができるという意味で、環境負荷を低減させる一助ともなります。しかし、情報通信サービスの普及にともない、通信設備によるエネルギー使用量が増加し、通信業界全体の電力消費量も増えています。KDDIは、人類共通の課題である地球温暖化の抑制に貢献するため、これまで以上に省エネルギーへの取り組みを強化し、省エネルギー型の通信設備の開発や太陽光発電の導入などに積極的に取り組んでまいります。

また、携帯電話にはさまざまな希少金属が使用されていますが、これらの資源を無駄にしないため、マテリアルリサイクルにも精力的に取り組んでいます。さらに2007年度は、携帯電話に同梱する取扱説明書などの紙資源を全国に2,500以上あるauショップで回収し、循環再生紙として再利用する活動を開始しました。今後は、お客さまがリサイクルに一層ご協力いただける仕組みを整備するなど、環境への貢献を充実させていきたいと考えています。

多様な人材が働きがいを持てる会社

KDDIは、従業員が高い意識を持ち、自己実現できる環境を整備することで、従業員一人ひとりが「働きがい」を持てる会社をめざしています。その重要な施策としてダイバーシティの推進に取り組んでおり、2007年4月にはダイバーシティ・マネジメントの推進支援を行うNPO法人J-Winに参加するとともに、2008年4月にはダイバーシティ推進室を新設しました。

女性の活躍に向けた取り組みはもちろんのこと、障がい者や高齢者など、多様な人材が活躍できる職場づくりを強化するとともに、従業員が家庭の状況などに応じて、育児休職や介護休職などの多様な働き方を選択できる制度の一層の充実を図っていきます。また、情報通信技術を最大限に生かした在宅勤務やサテライトオフィスなどの働き方の多様化にも意欲的に取り組んでまいります。

技術と社会の調和をデザインする

情報通信の進化により、コミュニケーションのあり方が大きく変わりつつあります。これまでは1:1のコミュニケーションや、マスメディアによる1:N(多数)のコミュニケーションでした。しかし、今ではブログなどの情報通信サービスを利用して、個人が世界へ情報発信することが可能となり、双方向でコミュニケーションを行うN:Nの情報通信社会が到来しています。



新しいコミュニケーションのスタイルは、情報の流れや人々のライフスタイルに影響を及ぼし、社会経済活動のあり方そのものを変える可能性があります。そして、それは同時に、情報格差など、さまざまな社会的課題を解決していく可能性を秘めています。

私たちKDDIは、固定通信と移動通信と放送が連携した新たなサービスの提供を通して、来るべきユビキタスネット社会を支えるキープレイヤーとなるだけでなく、技術の進歩と社会の進歩が調和する社会に向け、情報通信の力でより良い未来をデザインし、それを実現する企業であり続けたいと考えています。

(インタビュー実施日：2008年4月11日)

KDDI株式会社
代表取締役社長兼会長

小野寺 正

KDDIのCSR ～情報通信を通じて、安心・安全で持続可能な社会の実現に貢献する～

基本理念

多様な価値観や企業風土を持った企業が統合して生まれたKDDIは、良き企業文化を融合して事業を推進するという共通の意識のもと、KDDIのあるべき姿を定めた基本理念の実現に努めています。

KDDIの基本理念

- **お客様の満足と信頼の確保**
お客様の期待に応える価値あるサービスを提供します。
- **従業員の幸せ、活力ある企業**
すべての従業員が働きがいを持てる活力ある企業であり続けます。
- **株主さま、お取引先さまなどの信頼**
株主さま、お取引先さまなど、関係するすべての方々の信頼に応えます。
- **社会の発展**
豊かなコミュニケーションによる国際社会の発展に貢献します。

KDDIのCSRについての考え方

総合通信事業者であるKDDIは、情報通信サービスの提供によって、あらゆる社会経済活動を支えていくこそが、私たちのCSR（企業の社会的責任）であると考えています。

それは、情報通信という事業の社会性の高さを意識し、一人ひとりの従業員が基本理念を実践するという企業活動そのものです。

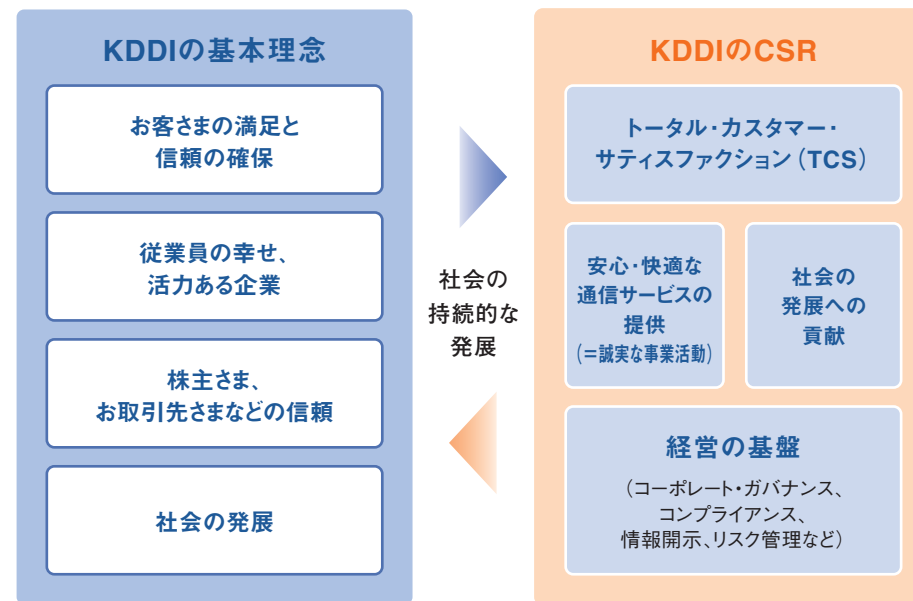
● KDDIのCSR ～情報通信事業と社会との関わり～

情報通信は、現代社会において、なくてはならない社会基盤です。一方、子どもたちが携帯電話やインターネットをきっかけに、トラブルに巻き込まれるなどの社会問題や気候変動

問題など、さまざまな社会的課題が存在するなか、情報通信が今後どのように活用されていくかによって、社会の進む方向にも大きな影響を与える可能性があります。

私たちKDDIは、情報通信事業が与える社会への影響の大きさを自覚し、安心、安全な情報通信サービスにより、豊かで持続可能な社会の実現に貢献するために、日々の事業活動を進めています。

▶ KDDIの基本理念とCSR



CSRの基盤

● TCSの取り組み

KDDIでは、私たちのサービスのご利用者だけでなく、お取引先、従業員、株主、行政機関など、すべてのステークホルダーを「お客さま」ととらえています。

そして、お客さまのために最善をつくすというビジネスの原点に立ち、お客さまとの長期にわたる安定的な信頼関係を確かなものとするため、経営トップから従業員一人ひとりに至る全員がお客さま満足の上に取り組むTCS (Total Customer Satisfaction: トータル・カスタマー・サティスファクション) を事業活動の基盤と位置付けています。

TCSは、すべての部門の業務を、ご利用者に提供する商品・サービスに連なるものにとらえ、あらゆるプロセスでお客さまの視点に立った見直しと改善を行ってお客さまのご満足向上に取り組む全社活動であり、CSRの土台を築くものです。

TCSの基本コンセプト

お客さまのご満足を最大化するため
あらゆる業務を商品・サービスに連なるものにとらえ
すべてのプロセスをお客さまの視点から見直し
すべてのステークホルダーを対象に
経営トップから社員まで一人一人が自らの課題として
全社をあげてお客さま満足の実現を追求する

● TCSの推進体制

このTCSを推進し、真にお客さま重視の企業へ成長するための基本指針として「KDDI CSポリシー」を2003年に制定しました。これは、お客さま満足を高めるために果たすべき使命や役割を明文化した方針であり、すべての役員・従業員が共有する判断・行動の指針ともなっています。

また、お客さまの声に基づいて課題を討議・解決する部門横断的組織として、社長を委

員長とする「TCS委員会」を設置し、計画・実行・検証・改善を行うマネジメントサイクルのもとで、お客さま満足の上全社を挙げて取り組んでいます。

● CSR推進への取り組み

2005年10月、総務部内にCSR推進室（現：CSR・環境推進室）を設置してCSR活動を推進するとともに、社内研修やeラーニングを通じて、積極的な社内啓発活動に取り組んでいます。

また、2010年に向けた中期的目標である「チャレンジ2010」では、社会とともに成長する企業でありたいとの強い意志を込め、「量的拡大」と「質的向上」の両立をめざし、「CSRへの取り組み強化」を重点項目に掲げ、活動を進めています。

▶ KDDIのステークホルダー



豊富な未来を 情報通信の力でデザインする ～KDDIの事業領域と社会の課題～

情報通信の可能性

情報通信の発展は、人や物の移動をとまわずに、いつでも・どこでも・誰とでも情報の伝達を可能にしました。

例えば、遠くはなれた場所にいる人とのコミュニケーションや共同作業、膨大な情報へのアクセス、世界に向けた情報発信、知識や情報の交流による社会経済活動の活性化やイノベーションの実現、そしてさまざまな生活シーンにおける人々のコミュニケーション手段の提供など、私たちの生活を豊かにする上でなくてはならない価値を提供しています。

特に、近年ではパケット通信料の定額制導入により、携帯電話の利用形態が拡大し、音楽再生やTVなどのメディアプレーヤーとしての機能、電子マネー機能、GPS機能などが備わり、社会と個人をつなぐパーソナルゲートウェイとなっています。また、気候変動問題についても、ICT（情報通信技術）を用いることで経済の活力を維持しつつ、人や物の移動を抑制し、環境負荷を低減できる可能性があります。

このように、情報通信は、社会の持続的発展に貢献するたいへん大きな力を秘めています。

▶ KDDIの事業領域と社会の課題

この図は、KDDIと関わりがある主要な社会の課題とそれに対する取り組みの例を示しています。これらの課題への取り組みを誠実に積み重ねていくことが、KDDIの基本理念の実現に向かい、すべてのステークホルダーの満足向上につながると考えています。



育児・介護支援

ダイバーシティの推進

労働安全衛生の確保

ワークライフバランスの向上

社会の課題解決に向けた新技術・サービスの開発

青少年の健全な育成支援(有害情報対策など)



e-ネットキャラバンへの参加

ITリテラシーの向上

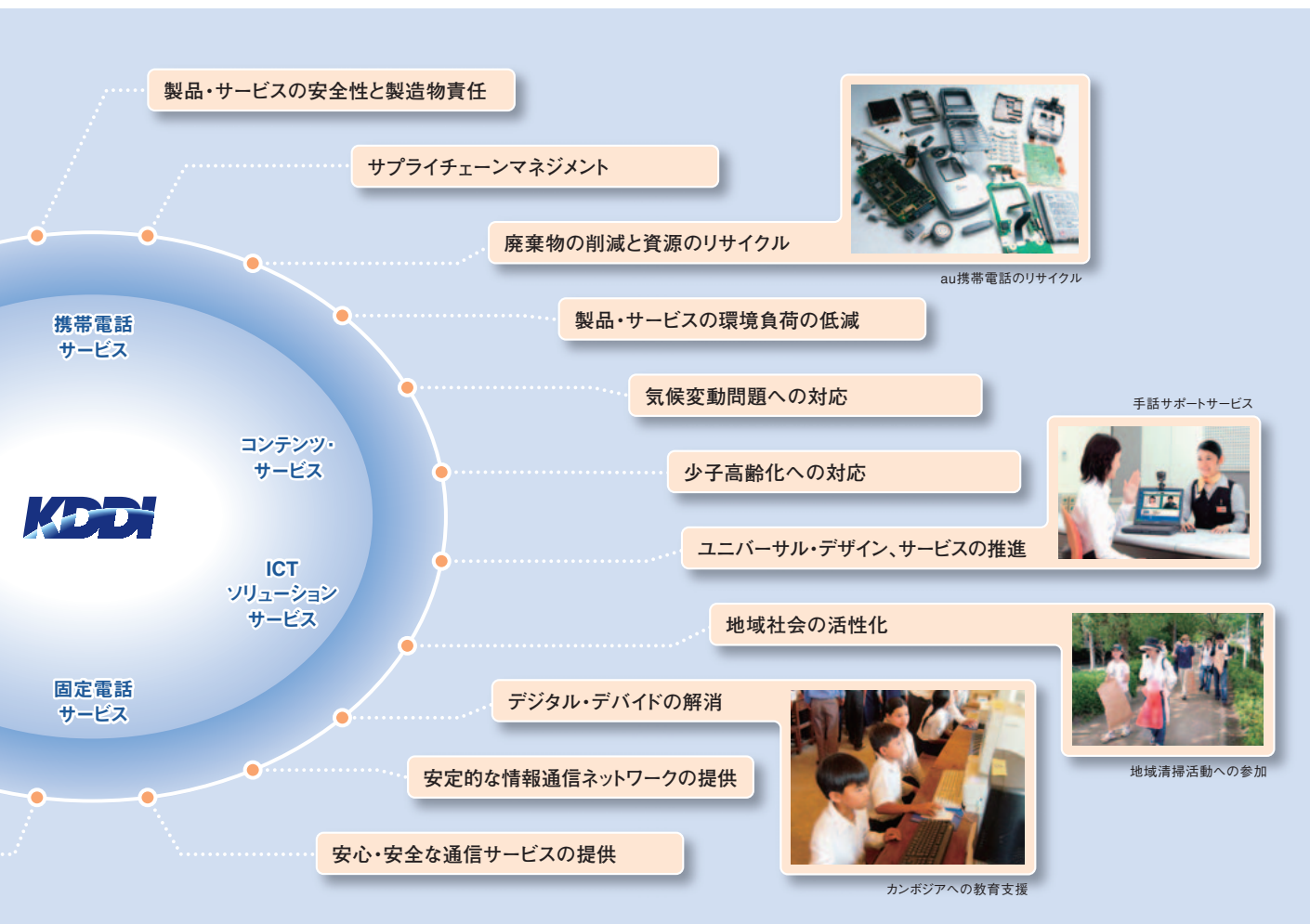
災害などへの対応

情報セキュリティの確保

電波の安全性

通信と放送の
連携サービス
(FMBC)

インターネット
接続サービス



❖ 情報通信を取り巻く社会の課題

情報通信が生活の利便性を向上させる一方、近年、携帯電話利用者の低年齢化が進み、子どもも携帯電話を利用する場面が増えています。情報判断能力などが培われていない子どもがインターネットへアクセスし、有害情報に触れたり、見ず知らずの人とのコミュニケーションのなかでトラブルに巻き込まれるといった問題が発生しています。

また、情報通信機器が社会生活を送る上で重要な役割を担うようになればなるほど、これらの機器を持つことができない方や使いこなすことが難しい高齢者などは情報通信サービスを活用できないケースが考えられます。

このような情報通信がもたらす光と影をよく見極め、社会的な課題への対応を行って安心・安全で豊かなコミュニケーション社会の創造に寄与することが、総合通信事業者であるKDDIの社会的責任であると考えています。

社会との一層の信頼関係構築に向けて

～KDDIのCSRを考える～



有識者として秋山をね氏と金子郁容氏をお招きし、KDDIの従業員6名が日々の業務とKDDIのCSRについて率直に語り合いました。CSRについての従業員との対話を報告します。

■ ステークホルダーの満足を目指す

青沼 私は、2005年のCSR推進室設立時から今年の3月までCSR推進室長を務めさせていただきました。この時、CSRは新しい活動ではなく、KDDIの企業理念やこれまで推進してきたトータル・カスタマー・サティスファクション（TCS）活動の何がCSRに相当するのを見直してみよう、というところから話を始めました。

KDDIでは、すべてのステークホルダーをお客さまととらえ、あらゆるプロセスを通じてお客さま満足の向上をめざすTCSに取り組んでおり、これがKDDIのCSRにつながると考えています。2年半たって意識は高まったと思いますが、エンドユーザーを越えたところにいるステークホルダーのつながりにまで理解を広めるのは難しい面がありました。

松下 私は、CSRという言葉自体はこれまであまり意識してきませんでした。私の部署はカスタマーサービスが業務ですので、お客さまに満足してご利用いただくことが基本にありま

す。そのため、お客さまの満足に向けた日々の業務の積み重ねで提供する「安心」がCSRだと思います。カスタマーサービスセンターには、auとブロードバンドサービスを合わせて月間約160万件のお問い合わせがあり、このお客さまの声をどう吸い上げるかもCSRを進めるポイントではないかと思ひます。

中野 私は国際電話サービスのホールセール事業に携わっています。世間からは直接顔が見えない仕事ですが、以前からCSRに興味を持っていました。江戸時代の近江商人の言葉に「売り手よし、買い手よし、世間よし」があります。これは



秋山 かね 氏
株式会社インテグレックス 代表取締役社長
ご専門は社会責任投資（SRI）および企業の社会的責任（CSR）

売り手として、世間でよしとされていることをしよう、買ってくれる人に愛が届くようにしよう、それが最終的には世間をよくすることにつながるという考えです。このようなマインドで業務に取り組むことで、とても小さい活動ですが、会社や社会を変えることにつながるのではないかと考えています。

秋山氏 私も一人ひとりの社員がどういふマインドで働いているか、企業理念を理解し共有できているかが一番重要だと

思ひます。実際に、多くの企業でその重要性が再認識されています。

❑ KDDIで実現した古紙リサイクル

佐藤 私がCSRという言葉を意識したのは、2007年の秋に携帯電話の取扱説明書などの古紙リサイクルを始めたことがきっかけでした。これは不要になった取扱説明書をお客さまのご協力を得て、全国に約2,500あるauショップで回収し、循環再生紙にする取り組みです。回収時の輸送には多くのコストがかかることもあり、社内の理解を得るのに多少の壁を感じたこともありましたが、「やっぱり環境は考えないといけないよね」といった声が多く上がり、実現することができました。

金子氏 佐藤さんのように身近なところから始めるのはいいですね。身近な取り組みから工夫をして、自分だけの問題ではなく、会社や社会の取り組みに広げていく。例えば、KDDIが全国のauショップを近所の古紙回収も行うステーションとし、普段は来ないような近所の住民が訪れるようになったら、イメージがすごくいいですね。また、古紙の運搬をNPOと協力して行うなど、社外のステークホルダーとうまく連携すると社内の説得もしやすいし、うまくいくと思ひます。

秋山氏 今や、CSRは1社だけでは十分ではないですね。取引先やNPOなどをどれだけ巻き込めるかが大切です。

佐藤 そうですね。ご協力いただけるお客さまやauショップだ

けでなく、製紙会社、輸送会社、古紙回収会社など、多くの方面にご理解いただき、もっと活動を広げていければと思ひます。

後藤 私は施設建設部で通信附帯設備の省エネなどを担当していますが、環境対策を進めると最初はコストとの兼ね合いが問題になります。特に太陽光発電設備などはコスト回収に何十年もかかりますが、今はそういう部分にも会社が目を向けてくれるようになり、変わってきたと感じます。



金子 郁容 氏
慶應義塾大学大学院 政策・メディア研究科教授、
同研究科委員長
ご専門は情報組織論、ネットワーク論、
コミュニティ論

秋山氏 確かにCSRを推進するにはコストがかかりますが、長期的に見ると投資なのではないかと思ひます。例えば、今のリサイクルの話も佐藤さんからやってよかったという気持ちが伝わってくるのですね。それが、仕事への誇りや働きがいにつながる。仕事を通して社会のために良いことをしているという気持ちが、生き生きと働くことにつながります。従業員が生き生きと働けなければ、外に対してもいい仕事はできません。CSRは会社を元気にするんです。

☐ ケータイ教室を全社で推進し、 教育現場のニーズに応えたい

石松 私はe-ネットキャラバンの講師として、学校の先生方にインターネットの適切な利用方法などのお話をする機会があるのですが、先生方からとても感謝をされた経験があります。実際に現場で教えていると、学校裏サイトの話をもっとしてほしいなど、現場ならではのニーズを伺うことがあり、先生方や保護者と子どもたちとの知識のギャップを埋めるために、もっとできることがあるのではないかと感じます。

金子氏 そういう現場の気づきが大切です。気づきがうまくつながれば、一人の提案でも大きく変わることがあります。

秋山氏 私は、子どもに携帯電話を持たせていますが、裏サイトなどの話を聞くととても心配です。情報通信事業者だけの責任ではありませんが、影響力のある企業として、教育を含めてリーダーシップを発揮してほしいと思います。

青沼 KDDIでは、e-ネットキャラバンに約180名の従業員が参加しており、2008年度からは中・高校生を対象としたケータイ教室にも従業員が講師として参加しています。自分たちのサービスが社会にどのような影響を与えているかを知り、その解決に積極的に関わっていきたいという思いから、全社一丸となって取り組もうとしています。

金子氏 社会にはさまざまな課題があります。企業の影響力が高まり、社会が複雑化している今、どういう姿勢で事業を

行うかはとても大切です。みなさんのそれぞれの気づきが、事業とうまくつながるときっと社会に良い影響を与えることができるでしょう。最近の大学生の言い方をすると、CSRとは要するに「儲けるだけではカッコ悪い」ということです。



青沼 真美
総務・人事本部
人事部 ダイバーシティ推進室



石松 秀明
コンシューマ営業本部
コンシューマ北関東支社
au営業部



後藤 弘
設備運用本部
施設建設部



佐藤 直子
コンシューマ技術統括本部
コンシューマ品質管理部

☐ 一つひとつの活動を線から面へ

秋山氏 お話をお伺いして、みなさんが現場でいろいろな活動をされていることがとてもよく分かりました。やはりどこにニーズがあるかは、現場が一番情報をキャッチして知っている。ただ、それが「KDDIとしての活動」になっているのかなと感じます。どうやって一つひとつの活動を企業として線にし、面に広げていけるかが今後の課題ではないでしょうか。

金子氏 私も社内のつながりや仕組みがまだ十分にできていない気がします。点から面へつなげていくのはCSR・環境推進室の仕事ですね。アイデアコンテストのようなものを開き、日常活動から参加できる仕組みを作るというのはどうでしょうか。

後藤 担当者が思いつくことはきっとたくさんあるはずですよ。それを進めやすくする仕組みが社内に広がるといいですね。

青沼 2007年度に+αキャンペーンを実施しました。従業員がボランティアなどいいことをしたらポイントを付与し、貯まったポイントを1ポイント100円に換算してKDDIが寄付する仕組みですが、最終的には予想を超える金額が集まりました。何かをやりたいという気持ちを持っている人が参加できる仕組みを整えば、従業員の意識も変わるのではないかと思います。

☐ 未来の子どもたちに向けて情報通信で夢を描く

金子氏 KDDIの基本理念に「お客さまの満足と信頼の確保」とありますが、それが、今いるお客さまだけでなく、例えばそこに「これから生まれてくる子どもたちのために」という考え方があると、今日の話や活動がすべてつながるのではないのでしょうか。未来のカスタマーですね。



中野 英一
グローバルICT本部
キャリアビジネス部



松下 直史
カスタマーサービス本部
カスタマーサービス推進部
東京カスタマーサービスセンター

青沼 「未来の子どもたちのために」という考え方は基本理念の「従業員の幸せ、活力ある企業」にも直結することを再確認しました。

秋山氏 基本

理念には第一に「お客さまの満足」があり、最後に「国際社会の発展への貢献」があります。すべてのステークホルダーがお客さまという考え方に立てば、安心・安全なサービスの提供という基盤の活動があり、事業にともなう社会的課題を解決する活動があり、その上で、より良い社会へ情報通信でどう貢献するかということが活動のテーマになると思います。そのためには、KDDIが考える発展した社会とはどんな社会なのか、めざす社会像をきちんと描くことが大切です。基本理念をどう実現し、事業活動に落とし込むか、そのプロセスがCSRだと思っています。

青沼 当社のコーポレートスローガンは「Designing The Future」です。未来の社会を意識したCSR活動を展開していかなければいけないと感じます。

松下 CSRを考えたとき、日々の業務の積み重ねでお客さまに提供するCSRと、企業全体で進めるCSRがあると感じました。社会のなかの一企業として何ができるかを、自分なりに考えていきたいと思います。

後藤 私は学生時代、海外を旅行し、国際電話にすごく感動したんです。こんな遠くにいても家族の声が聞けるんだと。それがこの業界に進もうと思ったきっかけでした。この会に参加して、みんなが楽しい気持ちになるサービスを提供したいと改めて感じました。業務のなかでひとつでも常にCSR的な活動に携わっていけるといいですね。

金子氏 今日の印象は、みなさん、この場の方が普段の職場より生き生きしているのではないかと感じました。みなさんアイデアと希望を持っておられる。そういうなかからひとつでもふたつでも実行していただき、それがKDDIとしてうまくつながれば、素晴らしいものができる気がします。今日は、みなさんの



取り組みを聞いて、とても勇気付けられました。

秋山氏 KDDIに期待したいことは、リーダーシップです。情報通信によって社会は大きく変わりましたし、これからも変わっていくと思います。ワークスタイルや環境問題や医療など、情報通信が貢献できることはとても多くあります。だからこそ夢を描いて、進んでいただきたいと思っています。

「従業員との対話」を受けて

会の冒頭、金子先生からはKDDIはCSRで社会から期待されている程の存在感はないというお言葉をいただきました。しかし、お話を聞くうちにこれはKDDIへの期待であると理解しました。また秋山先生からは、社会からの信頼を得る上でCSRは非常に重要な活動だということを再認識させていただきました。本日みなさまにいただいた貴重なご意見をもとに、まずは現場のニーズを把握し、従業員が小さなことからでもCSRに参加できる仕組みづくりを進めていきたいと思っています。



安藤 亨
総務・人事本部
総務部 CSR・環境推進室 室長

特集 2 子供たちに安全なコミュニケーション環境を届けるために



ケータイ教室の取り組み風景。中学生向けケータイ教室の講師は半数以上が自主参加している従業員だ。2008年度は小学生向け教室を160校、中学生向け教室を450校で実施予定。

750万人の未来のために

インターネット接続ができる携帯電話を利用する青少年の数は約750万人^{※1}。この「ケータイ」を通じて子どもは社会とつながり始めている。そこで生じている社会的課題から、情報通信サービスの未来とKDDIの社会的責任を考える。

※1 (社)電気通信事業者協会による推計(同協会2007年10月31日発表資料)

携帯電話からケータイへ

日本の携帯電話の契約台数は、一億台を突破し、ほぼ一人に一台普及している。特に青少年への普及は著しく、高校生の96%、中学生の58%、小学生の31%が「ケータイ」を使っている^{※2}。友人とのコミュニケーションが増えたという子どもの声がある一方で、出会い系サイトを介した事件や学校裏サイトでのネットいじめなどのトラブルも増えている。警察庁によると、2007年の出会い系サイト関連事件の97%が携帯電話からのアクセスで、被害者の85%が18歳未満だという^{※3}。大人は電話やメールの利用が中心だが、子どもはインターネットで社会とつながるツールとしてケータイを利用しているのだ。利用者の低年齢化や使用時間の長時間化が進み、女子高生の携帯インターネットの利用時間は約2時間/日^{※2}にもなる。

そのようななか、KDDIは青少年の健全な育成のために何をなすべきかを社会との対話を通じて探ってきた。その結果、「フィルタリングサービスによる有害情報の閲覧制限対策」と「ケータイ利用者のITリテラシー向上」を柱に取り組みむことを決めた。

※2 内閣府「第5回情報化社会と青少年に関する意識調査」

※3 警察庁「平成19年中のいわゆる出会い系サイトに関係した事件の検挙状況について」

スクラムを組んで子どもを守る

KDDIは(社)電気通信事業者協会が2006年から実施しているフィルタリングサービスPRキャンペーンに参加、業界全体のフィルタリングサービス利用者は2008年3月末で340万人を超えた^{※4}。2008年2月からは20歳未満の新規契約者に、親権者の利用意思確認を徹底するなど、対策を強化している。その一方、優良コンテンツやケータイ小説などの新しい文化の発展までもが阻害されることを危惧する声が上がっていることなどを受け、2008年4月にケータイコンテンツを客観的に評価する第三者機関「モバイルコンテンツ審査・運用監視機構」が設立されるなど、さまざまな場でフィルタリングサービスのあり方を含めた検討が進められている。「フィルタリングサービスはより安全性の高いホワイトリスト方式と、より



森田 康裕
KDDI コンシューマ事業統轄本部

広範なサイトが閲覧可能なブラックリスト方式を用意し、お客さまに選んでいただいておりますが、さらに使いやすく改善を進めたい」とコンシューマ事業統轄本部の森田は言う。子どもの通信利用環境を守る取り組みは始まっている。

※4 (社)電気通信事業者協会 2008年4月23日発表資料

☑ ケータイ教室で何を教えるか

しかし、フィルタリングサービスに抵抗を感じる中高生もなかにはいる。彼らの求めに応じ、親がフィルタリングサービスを外してしまうケースもある。「ケータイはネットワーク化された道具ですが、多くの親はそれを意識せずに与えています。情報判断能力が養われていない子どもにケータイを渡せば、泳ぎ方がわからない子どもを情報社会という海のなかで落とすことと同じで、事故が起きて当然です」と学校教育に携わる



本城 慎之介氏
(株)音別 代表取締役

(株)音別の本城慎之介氏は言う。本城氏は中学校の校長を務めた経験から、親の責任や子どものITリテラシー向上の重要性を指摘する。「子どもを守ってあげるのは大人の責任です。ケータイはこれからの社会になくてはならない道具ですから、子どもが安心して利用できるサービス、そして環境を整え

る必要があると思います」。

このような状況を受け、KDDIは2006年から全国の小学生を対象にケータイの使い方やマナーを教える「ケータイ教室」を開催、2008年4月からは中高生にまで対象を拡大し、トラブルなどの事例を通してケータイの先には危険があることを伝えている。「事例を知ってはじめて、普段の気軽な行為から犯罪に巻き込まれたり、自分が家族や友人を傷つけてしまう可能性に子どもたちは気がつきません。しかし、危険を強調するだけでなく、ネットへの情報発信が持つ意味や言葉の大切さを伝えたいと思っています。ケータイは『自分自身』なのです」とケータイ教室の社員講師である山田は言う。



山田 征
KDDI CSR・環境推進室



ケータイ教室用のテキスト

☑ 子どもたちの安全なコミュニケーションをめざして

子どもとネット社会の問題の背景には、家庭や社会の問題も見逃げせないとの指摘がある。「子どもに関わる問題を解決するには、ITリテラシーだけでなく、変化する社会を生き

る基本的な力を親や社会が子どもに伝えることが大切です」とネット社会と子どもたち協議会代表の渡部陽子氏は語る。

KDDIでは、親子で楽しみながらケータイやインターネットの適切な使い方を学べるサイト「JUNIOR net」を2007年度に開設した。また、保護者や教職員への啓発を進めるため、関係省庁と情報通信業界6団体が取り組む「e-ネットキャラバン」に参加し、現在、約180名の社員が講師登録をしている。

2007年度は、KDDI社員が87回の講習会を全国で実施し、計9,388名の方に受講いただいた。子どもとネット社会をめぐる問題の解決には、さまざまな関係者の協力のもと、地道で継続的な取り組みが必要だ。KDDIは、子どもたちの安全なコミュニケーション環境の実現をめざし、今後も着実に取り組みを進めていく。



渡部 陽子氏
ネット社会と子どもたち協議会 代表



「JUNIOR net」のパソコン版とモバイル版のQRコード



特集 3  いつでもつながる。一番大切な責任を果たすために



衛星通信機能を備えた車載型無線基地局。災害時などの通信ネットワークの確保に力を発揮する。

365日つながる安心のために

どんなときにも安定した情報通信サービスを提供するために、KDDIでは何を行っているのか？ サービスを支える4人の従業員の活動を通して紹介する。

ご利用者の立場にたって24時間の安心を追求



荒井 寛子
運用統括本部
モバイルオペレーションセンター

「お客さまが私たちのことを意識せずに快適にサービスを使っていたことが願いです」と荒井は言う。荒井が所属するモバイルオペレーションセンターは、24時間365日休むことがない。携帯電話サービスを安定して提供するため、全国の通信トラフィック※1を常に監視・制御しているのだ。ひとたび異常が発生すると、遠隔操作や各地域のテクニカルセンターと連携して異常の原因を特定し、問題を解決する。

「私たちの職場はいつ何が起こるかわからないため、一人ひとりのスタッフがどんな状況にも対応できる力が求められます。しかし、現場で問題を解決していけるのは信頼できる仲間のバックアップがあるからだといつも感じています」と荒井

※1 トラフィック：通信ネットワークを流れるデータの量

は笑う。同センターでは、新しい技術やスキルを身につけるため、さまざまな研修や勉強会を実施しているほか、緊急時の対応力を重視し、マニュアル類の整備や関係部署とのシミュレーション訓練を重ねている。

「私たちの仕事は、サービスの品質を守る最後の砦だと思っています。どんなに素晴らしいサービスも、適切に運用されないとお客さまに提供することはできません。しかし、私たちが的確に対処すれば、確実に品質を向上させることができます。それがこの仕事のやりがいであり、誇りだと感じています」。



モバイルオペレーションセンター

動く無線基地局



吉田 仁
運用管理部 統括グループ

通常、携帯電話基地局の障害はモバイルオペレーションセンターとの連携で、各地のテクニカルセンターが現地で対処を行う。しかし、自然災害などでネットワークに被害が生じると短時間での復旧が困難な場合があり、警察や消防、自治体が行う重要通信に支障を

きたす可能性がある。そこで通信ネットワーク早期復旧の切り札として開発されたのが「車載型無線基地局」である。

2006年4月にこの「動く無線基地局」は運用を開始した。一般的な基地局とほぼ同等の機能を持ち、災害などの現場へ急行してネットワークが復旧するまで機能を代替する。これまで、台風や落雷などの被災地に赴き、臨時の基地局として通信の素早い復旧に貢献してきた。現在は衛星通信機能を持つ車両を含め、全国に10台が配備されている。

「通信の早期復旧には、車両などの配置や運用が重要です。しかし機器を運用するのは人ですから、人材の育成も大切なのです」と運用管理部の吉田は言う。例えば、車載型無線基地局は出勤場所や状況に応じて通信設定を行う必要があるが、設定には専門知識が必要なため、緊急時にも対

応できる体制が必要なのだ。今後は人材の育成のために、関連部署との連携を高める訓練を充実させていく予定だ。「将来はさらに高機能で、使いやすい車載型無線基地局を開発し、現場スタッフが運用しやすい手順書や体制を充実させることで復旧時間をさらに短縮したいと考えています。つながるのを待っている人に少しでも早く安心していただきたいですから」と吉田は語った。

未来の安定通信を支える技術



小頭 秀行
KDDI研究所 ネットワーク設計グループ

災害時に安定した通信が確保できない要因はほかにもある。通信トラフィックの集中だ。

災害発生後は安否確認などの電話が被災地に集中するため、処理できる限界を超え、交換機のシステムがダウンする可能性がある。すると大規模な通信障害に発展する危険性が高まるため、被災地への通信量を適切にコントロール（通信規制）する必要があるのだ。しかし、規制をかけすぎるとつながりにくい状態が過度に続くことになる。どのようなコントロールが最適なのか。

この研究を行ったのが、KDDI研究所ネットワーク設計グ

ループの小頭だ。「通信トラフィックは利用者の行動の結果です。災害発生後の通信量は災害の規模に依存するのではないかという仮説を立て、研究を始めました」と小頭は語る。災害発生後の膨大な通信データから必要な情報を抽出するのは簡単ではなかったという。

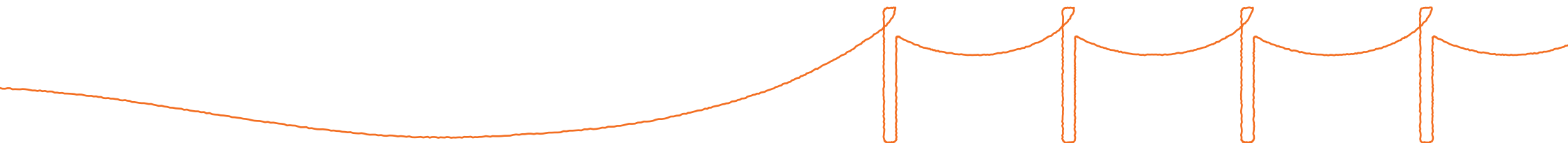


中村 元
KDDI研究所 ネットワーク設計グループ

しかし、現在では災害発生時のトラフィックの発生パターンをモデル化することに成功し、これをもとにしたトラフィックコントロールの実用化が進められている。

「通信という行動は、人と人とのつながりから生まれます。『安否が知りたい』という気持ちが何度も電話をかけさせる。人の心やコミュニケーションのあり方を知ることで、通信ネットワークはもっと人にやさしい社会基盤に進化していくかもしれません。そのためにも、お客さまの声にもっと耳をかたむけたいと思っています」とグループリーダーの中村は語った。

いつでも、どこでもつながる安心を届けるため、通信ネットワークの信頼性向上に、今日もKDDIは取り組んでいる。



特集 4 美しい地球環境の保全に向けて



小山ネットワークセンターのソーラーパネル。KDDIの情報通信サービスをクリーンエネルギーでサポートしている。

16%の削減をめざして

ユビキタスネット社会に向け、情報通信の利用拡大が予想されている一方で、日本の情報通信分野のエネルギー消費量の増加が懸念されている。地球温暖化という世界共通の課題の解決に向けたKDDIの取り組みを紹介する。

地球温暖化と情報通信

地球温暖化は、自然災害の増加や海面水位の上昇など、私たちの社会や自然環境に深刻な影響を及ぼすといわれており、現在のみならず将来世代にも関わる人類共通の課題だ。1997年に採択された京都議定書では、2008年からの5年間で、1990年を基準年として先進国全体で少なくとも5%の温室効果ガス（CO₂換算）を削減することをめざしており、日本においては6%の削減が求められている。

2005年度の日本のCO₂排出量は13億5,900万t-CO₂。そのうち、通信放送分野を合わせたCO₂排出量は697万t-CO₂で約0.5%にあたる※1。しかし今後は、ICT（情報通信技術）の発展により、身の回りのあらゆる機器がネットワークに接続され、いつでもどこでも誰とでもつながるユビキタスネット社会に向け、情報通信量が増加すると予想されている。2012年には情報通信と放送を合わせたICT分野全体で730億kWhの電力消費が推計されており、CO₂の排出削減が強く求められている※1。

※1 総務省「地球温暖化問題への対応に向けたICT政策に関する研究会」報告書

地球温暖化防止に向けた中期計画

そのようななか、KDDIは地球温暖化問題の解決に貢献するため、第2期中期環境保全計画を策定、2011年度に予測されるエネルギー使用量を環境対策を施すことで16%削減するという中期目標を設定してCO₂の排出削減に取り組んでいる。対策の中心は、KDDIのCO₂排出量の約97%を占める事業用通信設備の省エネルギー化だ。

第2期中期環境保全計画における地球温暖化対策の目標

2011年度に想定されるエネルギー使用量を16%削減し、温室効果ガス排出量（CO₂換算※2）を152万tとする

※2 CO₂換算係数は0.555kg/CO₂を使用

2011年に向けた温室効果ガスの排出削減目標



2006年度 2011年度

通信設備の省エネルギー化によるCO₂削減

通信事業者が省エネルギー対策を進める上で、考慮しなければならない点は、常に安定したサービスを提供するため稼働している通信設備を停止できないことだ。そのため通信設備に関しては導入時または更新時に省エネルギー効果の高い設備を開発・導入することが有効だ。また、エネルギー使用量全体に占める割合が高い空調設備をはじめとする周辺機器の省エネルギー対策もCO₂削減効果が高い。同時にKDDIでは、運用方法の改善による省エネ活動や将来に向けた新たなエネルギーの導入も進めている。

▶ 事業用通信設備における省エネルギー施策

- ① 新規設備に、省エネルギー効果の高い通信機器を導入
- ② 既存設備を、より省エネルギー効果の高い設備へ更新
- ③ 空調などの周辺機器の省エネルギー化
- ④ 通信設備や周辺機器の運用の見直しによるエネルギー使用量の削減
- ⑤ 太陽光発電などの新エネルギーの導入

このようにサービス需要に応え、安定したサービスを提供しつつ、エネルギー使用量を削減するために、KDDIでは第2期中期環境保全計画に基づき、総合的にもっとも効果の高い省エネルギー施策を着実に推進している。

● au携帯電話の省エネ型中型基地局の開発

「どこでもつながる」を実現するため、au携帯電話の基地局はさまざまな場所に設置されている。しかし、これまでの市

街地・郊外の屋外用基地局は比較的大型であったため、多くの電力を消費することとなり、省エネルギーの観点からも改善が求め



中型基地局の開発担当者
モバイルアクセス技術部

られていた。そこでKDDIでは中型の基地局を開発、従来の半以下に小型・軽量化するとともに、消費電力を従来型の約半分にすることに成功した。エネルギー使用量の大幅な削減をめざして、2007年12月から導入を開始している。

● 再生可能エネルギーの導入によるCO₂削減

CO₂の削減には、電力を太陽光発電などの再生可能なエネルギーに替えることも有効な方法だ。KDDIでは、2005年から3棟の通信局舎などに大型の太陽光発電設備を導入しており、2007年度の総発電量は26万5,644kWhとなった。このほか、携帯電話の基地局にも太陽光発電設備を導入している。

社会のCO₂削減への挑戦

情報通信サービスへの社会のニーズは今後も高まり続け、通信設備による電力消費も増加するとみられている。しかし、情報通信サービスをうまく活用することで、①社会経済活動

のエネルギー利用効率の飛躍的な向上、②物の生産効率の改善、③人や物の移動の低減、などを実現し、通信設備によるCO₂排出量を上回る社会全体のCO₂排出量の削減が期待されている。例えば、きめ細かなビルエネルギー管理システムによる省エネや、インターネットでのコンテンツのダウンロード、テレワークなどによる人や物の移動の抑制など、さまざまな活用方法が考えられる。

総務省の推計では、2012年には通信放送分野で3,000万tのCO₂を排出する一方で、6,800万tのCO₂削減効果があり、社会のCO₂を3,800万t削減できるという*1。このように情報通信サービスの環境特性を活かすことができるサービスを開発・提供することで、KDDIは社会全体のCO₂排出削減と地球温暖化の抑制に寄与していきたいと考えている。

▶ 渋谷データセンター*3がASPICの環境貢献賞を受賞

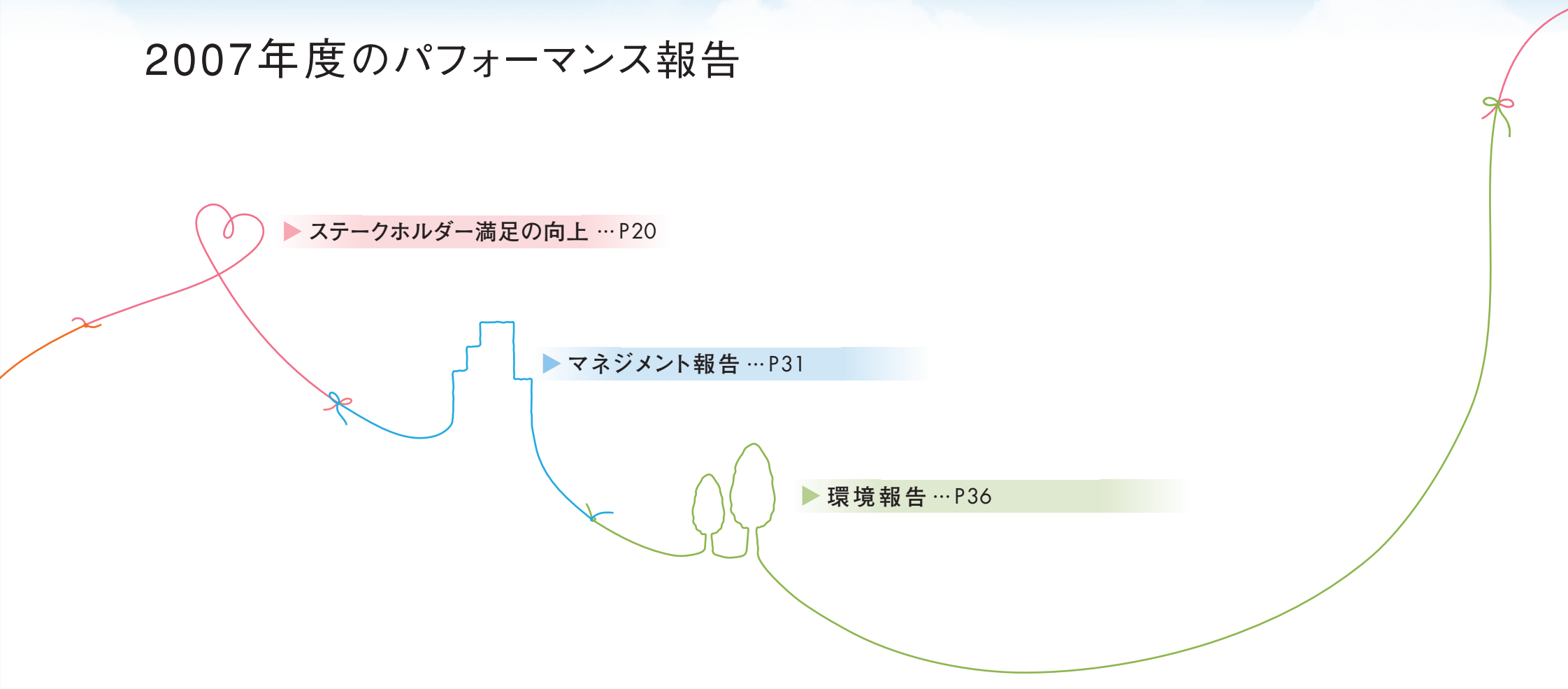
総務省、経済産業省などの後援のもと、NPO法人ASP・SaaSインダストリー・コンソーシアム(ASPIC)が表彰するASPアワード2007/2008で、もっとも社会の環境対策に貢献しているデータセンターに贈られる「環境貢献賞」を渋谷データセンターが受賞しました。



表彰状を手にするセンター長の山田 徹

*3 データセンターとは顧客のサーバを預かり、保守・運用サービスなどを提供する施設のこと。

2007年度のパフォーマンス報告



▶ ステークホルダー満足の上昇 … P20

▶ マネジメント報告 … P31

▶ 環境報告 … P36

お客さまとの信頼づくり

KDDIでは、「お客さまのために最善をつくす」というビジネスの原点に立ち、すべての従業員がお客さまのご満足向上に全力で取り組んでいます。

■ お客さまのご満足向上に向けた考え方

KDDIは、経営トップから従業員一人ひとりに至る全員がお客さまのご満足の向上に取り組むTCS (Total Customer Satisfaction: トータル・カスタマー・サティスファクション) を事業活動の基盤と位置付けています。この活動は、すべての部門の業務をご利用者に提供する商品・サービスに連なるものにとらえ、あらゆるプロセスでお客さまの立場に立った価値の創造をめざすものです。2007年度は「お客さまの声に基づく問題提起・改善提言の強化」を重点課題のひとつに掲げ、一層のお客さまご満足向上に努めました。

■ お客さまの声を生かすための体制

KDDIでは、お客さまご満足の向上に関する課題を討議・解決する会議体として、社長を委員長とするTCS委員会を設置しています。また、毎年すべての部署でお客さまのご満足向上の目標を策定し、満足度向上に向けたマネジメントに取り組んでいます。

カスタマーサービスセンターや販売代理店などに寄せられたご意見・ご要望やお客さま満足度調査を通じて得られた評価については、社内で迅速に共有し、日々の業務改善と品質向上、そして今後の商品開発などに反映しています。

■ お客さまの声を生かした改善事例

KDDIでは、お客さまからのご意見・ご要望を商品開発・サービスに反映し、改善を進めています。2007年度の主な改善事例は、以下のとおりです。

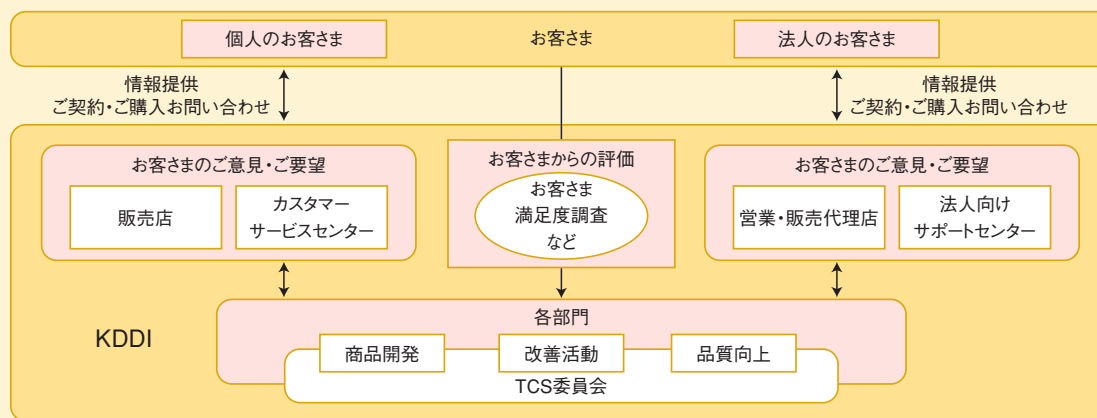
● ケータイ探せて安心サービス

お客さまからお寄せいただいた「GPS機能を使い、紛失した携帯電話をパソコンから検索できるようにしてほしい」との声にお応えして、「ケータイ探せて安心サービス」を2007年4月から開始しました。このサービスは、専用のアプリケーションをあらかじめダウンロードして設定いただくことで、au携帯電話を紛失した場合にも、紛失した携帯電話のおおよその位置をパソコンから確認いただくことができます。

● リモートサポート

「インターネットの技術的トラブルを、スムーズに解決してほしい」というお客さまの声をもとに、2007年4月から「リモートサポート」を無料で提供しています。「ひかりone」「ADSL one」「au one net」のインターネット接続サービスをご利用いただいているお客さまのパソコンを、KDDIの技術スタッフが遠隔操作することで、お客さまのトラブル解決を迅速かつ的確にサポートいたします。

▶ お客さまの声を生かすための体制



お客さまとの信頼づくり

従業員との信頼づくり

株主・投資家さまとの信頼づくり

お取引先さまとの信頼づくり

社会との信頼づくり

ステークホルダー満足の向上

マネジメント報告

環境報告

お客様との信頼づくり

従業員との信頼づくり

株主・投資家さまとの信頼づくり

お取引先さまとの信頼づくり

社会との信頼づくり

2007年度の主な取り組み

● auショップでの取り組み

KDDIでは、auショップにおけるお客さまのご満足の向上とショップスタッフのモチベーション向上を目的に、全国のauショップスタッフが参加する「au CS AWARDS」を、全国9支社で12大会開催しています(2007年度は6~9月開催)。

この大会では、ステージ上に設置したauショップの模擬店舗で接客のロールプレイを行い、日頃の業務で培った接客態度や商品知識を競い合います。ショップスタッフは、この大会での経験を通じて、商談スキルの一層の向上や接客意識の向上・共有を図り、お客さまにご満足いただくことの大切さを学んでいます。

Voice 「いつも」ありがとうと言っていたかのように

私がお客さまと接する時に心がけていることは、お客さまに笑顔になっていただくことです。一生懸命お客さまのお話を伺おうとすると、お客さまも一生懸命お話をくださり、笑顔で接すると、お客さまも笑顔になっていただけます。たとえ短時間の接客でも、お客さまにとってはたった一人の心に残るスタッフでありたい...そう思って店頭に立っています。この仕事に携わって一番嬉しいことは、お客さまの「ありがとう」の言葉です。これからは、「ありがとう」が「いつもありがとう」になるように、精一杯の笑顔で頑張りたいと思います。



富田 まゆ子
au CS AWARDS
東京大会グランプリ受賞
auショップ吉祥寺南口

●お客さまとのコミュニケーション強化への取り組み



KDDIデザインスタジオ

お客さまとKDDIが新しいコミュニケーションの楽しさや感動をともにデザインし、共感し合うことをめざして2005年に開設したKDDIデザインスタジオ(東京都渋谷区)を2007年7月7日にリニューアルオープンしました。リニューアルのキーワードは「FUN AND NEW」。新たな感動と楽しさを継続してお届けし、人と情報と文化を結ぶコラボレーションの場として、お客さまとのコミュニケーションを一層深めていきたいと考えています。



au携帯電話の歴代コンセプトモデルの展示が加わった「au Design Park」

Voice お客さまとの双方向コミュニケーションをめざして

「お客さまと楽しい時間・空間を共有し、少しでもKDDIを好きになってお帰りいただきたい」という思いで、私たちは日々運営をしています。また、KDDIに対するお客さまの声を真摯に受け止め、社内に発信しています。お客さまとKDDIとの双方向のコミュニケーションを実現する施設として、これからもお客さまの目線でさまざまな試みを実施し、お客さまとともにKDDIデザインスタジオを盛り上げていきたいと考えています。



木村 奈津子
KDDIデザインスタジオ
館長

●CSグランプリの開催

KDDIでは、お客さまセンターの業務を委託しているパートナー企業さまにご協力いただき、お客さまご満足の向上につながるサービスや業務の改善、優れたお客さま対応などを行った従業員やパートナー企業さまを表彰する「CSグランプリ」を毎年開催しています。

2007年度はお客さまがインターネットのトラブルをご自身で簡単に解決できるサービス「au one net おまかせサポート」など、31の取り組みが表彰され、一層のお客さま対応品質の向上、従業員のモチベーション向上をめざして、日々の業務改善を図っています。

●お客さまにいただいた評価

KDDIのau携帯電話サービスは、顧客満足度調査の国際的な専門機関である(株)J.D. パワー アジア・パシフィック※が携帯電話の個人利用者を対象に実施した2007年の調査において、調査対象となった9地区中9地区で「携帯電話サービス顧客満足度No.1」という評価をいただきました。

※ J.D. パワー アジア・パシフィック:
2007年日本携帯電話サービス顧客満足度調査SM。
沖縄県を除く全国を9地区に分けて実施し、各地区在住の携帯電話利用者計7,200名からの回答による。
URL: www.jdpower.co.jp



贈呈されたトロフィー

ステークホルダー満足の上

マネジメント報告

環境報告

お客さま
との信頼づくり従業員
との信頼づくり株主・投資家さま
との信頼づくりお取引先さま
との信頼づくり社会
との信頼づくり

■ お客さまへのご報告

● 電波の安全性に関するご報告

近年、携帯電話などの電波を発射する機器が身近に利用される機会が増大していることにともない、電波が人体や医療機器に及ぼす影響について関心が高まっています。

総務省は、より安全に安心して電波を利用するための「電波防護指針」を策定し、この指針に基づいた電波の利用に関する規制を導入しています。この指針は、WHO（世界保健機関）が支持する国際的ガイドラインと同等の内容であり、この指針値を遵守すれば安全上の問題はないというのが国際機関などにおける共通の認識となっています。

また総務省は、電波防護指針の根拠となる科学的データの信頼性向上のために「生体電磁環境研究推進委員会」を設置することで、WHOと協調して10年間にわたり生体における電波の安全性評価などの研究を推進し、その成果に基づいて電波防護指針は現在でも有効であるとしています。

KDDIは、電波防護指針をはじめ、建築基準法などの各種関係法令や各自治体の条例を遵守して、携帯電話の基地局を設計・施工するとともに、設備の保守・点検を定期的に行い、電波の安全性に懸念が生じないように細心の注意を払っています。また、携帯電話の電波が人体や医療機器に及ぼす影響に関する研究・調査・実験に積極的に参加し、国内外の研究動向の把握に努め、的確な情報をみなさまにご提供していきます。

● 広告表示の改善に関するご報告

・ 問題の概要と原因

2007年11月16日、KDDIは、au携帯電話の料金サービス「誰でも割」の広告チラシの表記の一部において、お客さまが条件を誤認するおそれがあるとして、今後このような表示を行わないよう、公正取引委員会からの警告、および総務省からの要請を受けました。対象のチラシは、関東地域の販売店の店頭で配備したもので、「契約解除料における明確な表示」と「2年間の契約が満了後、自動更新がされることに関する説明」が明瞭に記載されているとはいえない、という内容でした。

・ 対応と対策

KDDIは、本件にかかわる警告・要請を真摯に受け止め、「誰でも割」に関するそのほかの広告についても見直しを行いました。また、電気通信サービス向上推進協議会の「電気通信サービスの広告表示に関する自主基準及びガイドライン」の規定・趣旨を踏まえ、より具体的な社内基準を策定するとともに、広告物を事前にチェックする社内体制を整備・強化しました。今後は、

お客さまに誤認されるおそれのない、よりわかりやすい広告の表記に努めていきます。



警告および要請を受けた広告チラシ

● au携帯電話の電池パック不具合に関するご報告

・ 問題の概要と原因

au携帯電話「W42K」（京セラ製）の電池パックの一部が発熱・膨張し、発煙や破裂に至ることが確認されました。原因は、外部にキズやヘコミがつく程度の力が加わることでセパレーター（絶縁シート）が損傷し、その後の充電・放電の繰り返しで機能の低下が生じ、電池パック内部で短絡（ショート）が発生することと判明しました。事故発生件数は15件、対象電池パックは約23.5万台です。

・ 対応と対策

2008年3月28日に本件についての報道発表を行い、翌日から電池パックの交換を開始しました。その後、2件の申告をいただいたことから、4月12日に続報の報道発表を行い、対象のお客さまへのメール配信、電話案内、新聞広告、ホームページなどで告知を行いました。また、総務省から、利用者への速やかな周知および関係者との情報共有のあり方について、一層の対策を講じるよう行政指導を受け、これを真摯に受け止め、以下の再発防止策を実施しています。

● 社内体制の整備

電池パックなどの重大製品事故および製品不具合が発生した際に、社長を長とする判定会議を設置し、リコールの実施などの市場対策や情報開示について速やかに対応できる社内体制を整備し、お客さまの安全確保に努めます。

● 携帯電話の安全性強化への取り組み

携帯電話メーカーと協力し、設計段階での落下試験や押し圧試験により、電池パック内部に与える影響や充電・放電サイクルなどの確認を強化するとともに、携帯電話の部品の材質や安全保護回路にショート防止策などをメーカーごとに再確認します。

ステークホルダー満足の向上

マネジメント報告

環境報告

従業員との信頼づくり

KDDIは、すべての従業員が能力を最大限に発揮しながら、生き生きと活躍できる職場環境の整備に努めています。

雇用についての考え方

KDDIでは、従業員は会社の基盤そのものと考え、会社とともに発展していける「人材」の採用に力を入れています。

新卒採用では、できるだけ多くの学生と出会う機会を設け、会社説明会の充実・拡大や面接体制の強化など、コミュニケーションを重視した取り組みを進めています。

障がい者採用もKDDIホームページに加え、ハローワークや就職支援会社などを通じて積極的な採用活動を推進しています。

▶ 従業員数の推移

(本体在籍の正社員および受入・出向社員のみ、外部会社への出向者・末日退職者は含まず) (名)

性別	2005年度	2006年度	2007年度
男性 (うち管理職)	8,279 2,294	8,408 2,107	9,566 2,344
女性 (うち管理職)	1,922 30	1,891 33	2,198 42
計	10,201	10,299	11,764

▶ 従業員の平均年齢と平均勤続年数

項目	性別	2005年度	2006年度	2007年度
平均年齢 (歳)	男性	37.68	39.09	39.56
	女性	32.91	34.64	35.38
平均勤続年数 (年)	男性	13.31	13.70	14.39
	女性	11.64	12.34	13.71

多様性を尊重した公正な職場づくり

● 女性の活躍推進

KDDIでは、「個性や個人の持てる力を十分に発揮できる環境の実現」をキーワードとして、女性が活躍できる職場環境の整備に取り組んでいます。2007年5月には、社長直轄の女性活躍推進プロジェクト「Win-K(ウイंक)」を発足させ、2008年2月には「女性が生き生きと働くために」というテーマで、女性従業員を対象にした初の社内フォーラムを開催しました。また、2007年度は、結婚、出産、育児などのライフプランとキャリア形成を考える「ライフ&キャリアアップセミナー」を実施しました。

● ハラスメント対策

KDDIでは、派遣社員、業務委託社員を含むすべての従業員が利用可能な専門カウンセラーによる相談窓口を社内外に開設し、セクシュアル・ハラスメントやパワー・ハラスメントのない安心できる職場環境の整備を進めています。また、従業員がお互いの人格・人権を尊重する意識を醸成するため、ハラスメント防止ガイドブックを作成・配布するとともに、集合研修やイントラネットを利用した情報の公開など、積極的な啓発活動を行っています。



ハラスメント防止ガイドブック

● 高齢者雇用

KDDIでは、本人の意志を尊重した再雇用制度(上限63歳)の導入や54歳以上の従業員を対象としたキャリア開発支援「アクティブシニア研修」の実施など、高齢者の幅広い活躍の場の開拓を進めています。

● 障がい者雇用

2007年度の障がい者雇用率は1.5%前後でしたが、2008年度も引き続き、法定雇用率の1.8%をめざし、積極的な採用活動を進めています。また、さまざまな障がいの状況に配慮し、「生きがい」と「働きがい」のある職場環境の整備と雇用機会の拡大を図るため、2008年4月に新会社「KDDIチャレンジド」を設立しました。

Voice 新会社「KDDIチャレンジド」設立への思い

「KDDIチャレンジド」という名称は、常にチャレンジ・挑戦しつづけるKDDIにおいて、神様からチャレンジ・挑戦という使命・課題・チャンスを与えられ、障がいはあるけれど、負けずにチャレンジしていこうという方々に生き生きと働いていただける『場所と機会』をつくりたいという思いから名付けました。今後も、KDDIならではの「チャレンジ精神」を意識しながら、職域の拡大を積極的に推進していきます。



中山 義樹
KDDIチャレンジド
代表取締役社長

お客さまとの信頼づくり

従業員との信頼づくり

株主・投資家さまとの信頼づくり

お取引先さまとの信頼づくり

社会との信頼づくり

ステークホルダー満足の向上

マネジメント報告

環境報告

お客さまとの信頼づくり

従業員との信頼づくり

株主・投資家さまとの信頼づくり

お取引先さまとの信頼づくり

社会との信頼づくり

人事制度と人材育成の環境づくり

技術が急速に進化し、競争の厳しい情報通信業界で持続的に成長するため、KDDIでは、従業員一人ひとりがプロフェッショナルとなるよう、人材の育成を図っています。

●目標管理制度と人事評価

目標管理制度とは、組織目標を明確にした上で、従業員一人ひとりが自己の成長と能力向上に合わせた「個人目標」を上司との面談を通じて設定し、チャレンジする制度です。これにより個人の成長と組織目標を意欲的に達成することをめざしています。また、この制度は人事評価とも連動しており、評価のポイントを明確にし、仕事に対する成果と能力を事実に基づいて評価することで、公平で透明性の高い人事評価を推進しています。

●社員力強化プログラム

社員力強化プログラムは、2003年度から実施している研修制度です。一定期間、通常業務を離れ、これまでのキャリアの棚卸しを行うことで自らを振り返り、今後のキャリアを考える機会を提供しています。さらに、KDDIを取り巻く社会環境や事業への理解を深めるとともに、年齢や資格の異なる社員同士がさまざまな議論を行うことで、価値観を共有することも目的としており、これまでに3,200名を超える社員が受講しました。



社員力強化プログラムの研修風景

●社内公募制度

新規事業の立ち上げや外部機関への派遣などに積極的に取り組む人材の発掘と育成を目的として、社内人材公募制度を導入しています。2007年度は、海外拠点へのトレイニー、日本南極地域観測隊などへの公募を行い、専門スキルを生かした活躍を希望する従業員からの積極的な応募がありました。



ペンギンの生息数調査を行う隊員

ワークライフバランス

KDDIでは、従業員が仕事と家庭の両立を通じて、充実した毎日を送ることができよう、リフレッシュ休暇やボランティア活動などに利用できる年次休暇積み立て制度などの各種支援制度を導入しています。また、出産、育児、介護などの理由で、意欲のある従業員が離職しなければならない事態を回避するため、産前産後休暇、育児休職、育児短時間勤務、子どもの看護休暇をはじめ、介護休職や介護短時間勤務などの制度も整備しています。

2008年4月からは結婚、出産、育児、介護、看護などの理由により退職した従業員を再雇用(退職後6年以内)する制度を新設しました。

▶両立支援制度の利用実績

(名)

支援制度	性別	2005年度	2006年度	2007年度
産前産後休暇	女性	116	121	138
	男性	0	1	1
育児休職	女性	154	183	215
	男性	1	2	1
育児短時間勤務	女性	95	130	178
	男性	1	3	3
介護休職	女性	1	6	4
	男性	0	0	3
介護短時間勤務	女性	0	0	0

Voice 両立支援制度を利用して

私が育児と仕事を両立できるのは、さまざまな両立支援制度のおかげです。妊娠中はつわりがひどく通勤が大変でしたが、ラッシュを避けて始業時間を遅らせることが可能な通勤緩和制度を利用し、なんとか乗り切ることができました。また、復職前は不安ばかり募っていましたが、現在は育児短時間勤務や子どもの看護休暇を有効に利用することで、仕事と育児の両立ができています。今後も自分に合った両立支援制度を選択し、生き生きと働きたいと思います。



山崎 梨絵
東京カスタマーサービスセンター

ステークホルダー満足の上

マネジメント報告

環境報告

お客さま
との信頼づくり従業員
との信頼づくり株主・投資家さま
との信頼づくりお取引先さま
との信頼づくり社会
との信頼づくり

心身ともに健康に働ける職場づくり

KDDIでは、企業が従業員の健康確保に努めることは、重要な社会的責任のひとつであると考え、従業員の心と身体の健康を維持するための環境整備に積極的に取り組んでいます。

●健康維持対策

従業員一人ひとりの健康維持は、企業の成長・存続に欠かすことができない重要な要素です。そのためKDDIでは、毎年実施する各種健康診断をはじめ、長時間労働者に対する健康確認問診と産業医や看護師などの産業保健スタッフが常駐する「ヘルスケアルーム」を効果的に連携し、従業員の生活習慣の改善と心身の健康維持対策に努めています。

Voice 積極的な健康管理を目標に!

国民医療費の増加による医療制度の崩壊が危惧されるなか、医療の世界は大きな転換期を迎えており、この時代の流れは会社の健康管理にも大きな影を落としています。そこで、従業員の健康を預かる定期健診のフォローをはじめ、面談やセミナーを通じて、心と身体の健康の大切さを呼びかける活動を行っています。さらに、長時間労働者に対しては、問診表を送付し、必要に応じて産業医面談を実施し、社員の健康維持に向けた取り組みを積極的に行っています。



前村 安文
KDDI専属産業医

●メンタルヘルス対策

近年、職場におけるストレスや心の病を抱える人の割合が増加する傾向にあります。こうした状況を受けて、KDDIでは従業員のメンタルヘルスケアを重要項目ととらえ、厚生労働省から発表された「事業場における労働者の心の健康づくりのための指針」に基づき、社内体制を整備し、メンタルヘルスケアに関する活動を推進しています。

特に、従業員が自らの健康やセルフコントロールに対する知識を持つことが大切であることから、公開セミナーの開催や各種研修などを通じて、啓発活動に力を入れています。



メンタルヘルスケア
公開セミナーの風景

●ヘルスケアルーム

健康に関するさまざまな相談を、産業医をはじめ、メンタルヘルス専門の医師に相談できる窓口として、ヘルスケアルームを設置し、従業員が健康に不安を感じたら、すぐに相談を行える環境を整備しています。

●適正な労働時間の管理

KDDIでは、従業員の実態に即した適正な労働時間を把握するため、「勤務管理システム」を導入しています。また、毎週水曜日を全社的な「ノー残業デー」とし、計画的な業務の遂行と長時間労働の防止を徹底しています。

●社員相談センター

KDDIでは、従業員とその家族が、仕事や人間関係に関することから、年金やライフプランなど、日常生活におけるさまざまな悩みを専門カウンセラーに相談できる「社員相談センター」を設置しています。この窓口は、東京と大阪に常設するとともに、そのほかの地域では、定期的にかウンセラーが全国の事業所を巡回する「社員相談コーナー」を開設しています。

社員相談センターでは、カウンセリングを通じて、相談者自身が問題にどう向き合い、自立して対処していくかのサポートをしています。

Voice 気軽に相談できる環境をめざして

私たちカウンセラーは、職場や私生活で悩みや不安を抱えて相談に来る従業員が、楽な気持ちになって、明るい表情で職場に戻ってほしいと思いながらカウンセリングに対応しています。また、カウンセリングを通して、メンタルヘルス面でのケアが必要と判断した場合には、迅速に産業医と連携するなどの早期の対応を心がけています。



小林 啓二
社員相談センター

一方、社員相談センターのもうひとつの重要な活動に、メンタルヘルスに関する各種研修の実施があります。リスニング（傾聴）やハラスメントなどの研修を通して、風通しの良い職場づくりへの貢献に努めています。

ステークホルダー満足の上

マネジメント報告

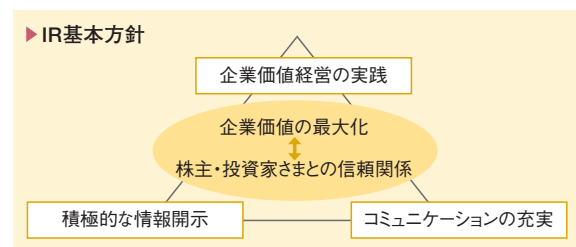
環境報告

株主・投資家さまとの信頼づくり

KDDIでは、株主・投資家さまとの信頼関係構築を経営の最重要事項と位置付け、企業価値経営の実践、積極的な情報開示、コミュニケーションの充実を推進しています。

IR基本方針

KDDIのIRは、常に積極的かつ充実した対話を継続することで、株主・投資家さまの満足度向上を図り、KDDIの経営に対する信頼性を高めることを目的としています。



IR活動指針

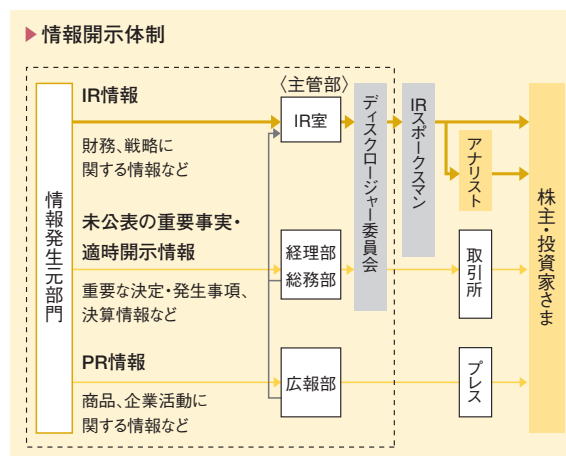
KDDIは、以下の活動指針に基づいたIRを実施することで、株主・投資家さまとの長期的な信頼関係を構築し、企業価値の最大化を図っています。

活動指針3カ条

- 開かれたIRをめざします
誠実かつ公平な情報開示により、株主・投資家さまに対する説明責任を全うするとともに、双方向性を重視し、株主・投資家さまとの対話を大切にします。
- 能動的なIRを実施します
常に新しい発想でIRを展開することで、より多くの皆さまにKDDIを知っていただくとともに、さらなる理解促進に努めます。
- 組織的なIRを展開します
経営トップのリーダーシップのもと、グループ企業を含めた全役職員が、企業価値向上の担い手として組織的なIRを行います。

IR情報の開示について

KDDIは、決算情報についてよりの確な情報開示を行うため、社内にディスクロージャー委員会を設け、情報の精査、審議、認識の共有化を図っています。



2007年度のIR活動

IR活動指針のもと、ホームページへの情報掲載やメールマガジンの配信、アンニュアルレポートの発行のほか、東京・札幌・福岡での個人投資家向けセミナーへ参加するなど、積極的な情報発信を行いました。



個人投資家向けセミナーの風景

2007年度の外部機関からの主な評価

KDDIは、企業の財務的側面に加えて、企業の社会的責任に関する活動をあわせて評価する社会的責任投資株指指数(SRIインデックス)に採用されています。また、IR活動についても下記の評価をいただきました。

SRIインデックスへの組み入れ(2008年3月末時点)

- FTSE4GOOD JAPAN INDEX
- FTSE4GOOD GLOBAL INDEX
- モーニングスター社会的責任投資株指指数



そのほか、IRの取り組みへの評価

主な外部評価機関	受賞内容	評価のポイント
証券アナリストによるディスクロージャー優良企業選定	優良企業(通信部門第1位)受賞(5年連続)	・経営陣のIRへの積極的な取り組み ・中期的経営方針の開示 <small>ほか</small>
2007年インターネットIR・ベスト企業賞(大和インベスター・リレーションズ株式会社)	ベスト企業賞受賞(3年連続)	・企業IRサイトにおけるコンテンツの充実 ・アクセスユーザビリティ <small>ほか</small>
平成19年度東証上場会社表彰	ディスクロージャー表彰受賞(2回目)	・経営成績に関する情報が図表などを豊富に利用してわかりやすく開示されている <small>ほか</small>

お客さまとの信頼づくり

従業員との信頼づくり

株主・投資家さまとの信頼づくり

お取引先さまとの信頼づくり

社会との信頼づくり

ステークホルダー満足の向上

マネジメント報告

環境報告

お取引先さまとの信頼づくり

KDDIでは、お客さまにご満足いただける製品・サービスを提供するために、すべてのお取引先さまを大切なパートナーと考え、良好な関係づくりに努めています。

製品・サービスの購入先さまとの信頼づくり

KDDIの情報通信サービスは、全国規模で構築された設備・システムによって提供されており、装置メーカーや工事会社、システム会社など、多様な購入先さまとの強固な信頼関係が重要です。

そこでKDDIでは製品・サービスなどの購買活動における指針として「KDDI購買ポリシー」を定め、あらゆる法令・社会規範を遵守し、購入先さまとの相互理解と信頼関係の構築に努めています。

また、地球環境の保全に貢献するため、グリーン購入※を通じ、製品・サービスの購入において配慮すべき社会的責任についても、購入先さまのご協力をいただきながら、積極的な取り組みを推進しています。なお、購入先さまには、ISO14001の認証取得または、これに準じる資格の取得をお願いしています。

※ グリーン購入の詳細は、P.36参照。

▶ KDDI購買ポリシー

- 品質・価格・納期・サービス・安定供給・環境による総合的な判断
- 公平・公正な取引と機密保持
- パートナーシップの構築と維持
- グリーン購入の推進

ショップ・販売代理店さまとの信頼づくり

KDDIは、お客さまと直接接する機会が多いauショップや量販店などのショップ・販売代理店さまを「お客さまご満足」の実現・向上に直結する重要なパートナーと位置付け、共存・共栄をめざした関係構築に努めています。

auショップでは、auマナースタッフ、auプロスタッフ、auハートフルスタッフなどの認定資格や、各種研修の拡充をはじめ、au CS AWARDS※（接客・商談スキルコンテスト）の開催など、「お客さまご満足」のさらなる向上に向けたスタッフのレベルアップに取り組んでいます。

また、2007年12月から2008年1月にかけて、お客さまにスタッフの接客評価をしていただく「お客さまの声聞かせてキャンペーン」を展開し、お客さまからの声をスタッフのやりがいに結びつける取り組みを実施しました。このほか、auショップ・販売代理店さま向けのサポートセンターの設置をはじめ、auショップスタッフ専用のホームページを運営するなど、スタッフへのサポート体制の強化を進めています。

※ au CS AWARDSの詳細は、P.21参照。



au CS AWARDS 2007 コンテスト

コンテンツプロバイダさまとの信頼づくり

コンテンツサービスのビジネス環境は日々変化しており、コンテンツプロバイダさまとの協力関係は、ますます重要になっています。

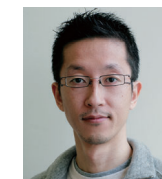
KDDIでは、対面型の相談窓口の開設をはじめ、各種説明会の開催など、きめ細かいサポートによる信頼関係の構築に努めています。2008年度には、コンテンツプロバイダさま専用サイト「SPICE（スパイス）」のリニューアルなど、支援サービスの一層の充実を推進しています。



新SPICEイメージ画像

Voice 良好なパートナーシップによるau携帯電話向けアプリケーション「live earth」の配信

今後は、多くの人が環境や社会の問題に関心を持つことが大切です。そのために、地球のことをまず好きになってほしいという願いからau携帯電話向けアプリ「live earth」を配信しています。KDDIさんは企画当初から、携帯電話から社会貢献が行える本アプリに共感され、強かにバックアップしていただいています。今後もKDDIさんとの良きパートナーシップを維持し、「live earth」を発展させていきたいと考えています。



上田 壮一 氏
「live earth」
プロジェクト・ディレクター
(株)スペースポート
取締役社長

お客さまとの信頼づくり

従業員との信頼づくり

株主・投資家さまとの信頼づくり

お取引先さまとの信頼づくり

社会との信頼づくり

ステークホルダー満足の上

マネジメント報告

環境報告

社会との信頼づくり

KDDIは、国内外を問わず社会の発展に積極的に貢献するとともに、広く社会との信頼関係構築をめざし、国際貢献や、地域社会とのコミュニケーションを誠実に推進しています。

■ クリック募金サイト「キボウのカケラ」の開設

「イイことをしたい」という優しい気持ちを、KDDIが形にするお手伝いできないかという思いから、2007年6月にクリック募金サイト「キボウのカケラ」をKDDIホームページ上に開設しました。本サイトは、募金画面をクリックしていただくと、KDDIが1クリックを1円に換算して、社会貢献活動を行っているNPO団体などへみなさまに代わり、寄付を行うものです。

2007年度は、カンボジアの教育環境整備の支援をはじめ、難病の子どもたちの夢をかなえる支援活動を行っている「メイク ア ウィッシュ オブ ジャパン」や子どもたちの心の声を受け止める「NPO法人チャイルドライン支援センター」に寄付を行いました。また、2008年1月には、au携帯電話からもクリック募金が行える「モバイル版キボウのカケラ」を開設しました。



KDDIホームページからアクセスいただける「キボウのカケラ」

■ 従業員の社会貢献活動

KDDIでは、従業員に社会貢献活動への積極的な参加を呼びかける社内企画「+αキャンペーン」を展開しています。この活動は、従業員が「毎日、ひとつ、イイことをしよう」を合言葉に社会や人のために役立つことを実践し、事務局に報告するとポイントが付与されます。このポイントを、KDDIが1ポイント100円に換算し、2007年度は累積52,864ポイントを5,286,400円に換えて「社会福祉法人日本介助犬協会」など、8つの支援団体に寄付しました。このほか、回収したペットボトルのキャップを「ecoCAPmate」に寄贈することで、世界の子どもたちにワクチンを届ける「エコキャップ運動」に従業員有志で参加しており、現在、全国100以上の部署が参加する全社的な運動に発展しています。

Voice ペットボトルのキャップで助けられる命があることをご存知ですか？

現在、「キャップ回収に協力したい」という声が全国から寄せられています。キャップをゴミにせず、売却することでワクチン代に換えるとともに、リサイクルにも貢献する運動が今、大きなうねりとなっています。KDDIさんからは、これまで約39万個のキャップを提供いただき、およそ480人分のワクチンを世界の子どもたちに届けることができました。今後もKDDIさんをはじめ、ご協力いただいている多くの方々とともに、本運動を進展させていきたいと思っています。



大久保 健 氏
ecoCAPmate
グループMATE 代表

■ チャリティオークションの実施

KDDIは、映画「スパイダーマン3」の公開にあわせて、EZwebとパソコンサイト上でチャリティオークションと連動した「スパイダーマン3キャンペーン」を2007年4月に実施しました。

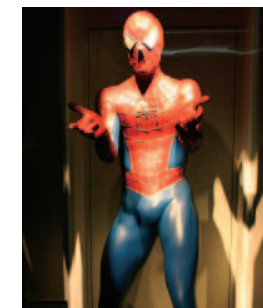
本キャンペーンは、「auオークション」で、ワールドプレミア試写会への参加権や映画監督およびメインキャストの直筆サイン入りのスパイダーマン等身大フィギュアなどが出品されるチャリティオークションを実施したもので、その収益金1,432,570円を世界110か国以上で子どもの支援活動を行っている国際援助団体「セーブ・ザ・チルドレン・ジャパン」へ寄付しました。

このほかにも2007年は、多数のチャリティオークションを開催し、総落札額4,864,331円を各支援団体に寄付しました。

今後もKDDIは、さまざまなチャリティオークションを通じて、社会貢献活動を推進していきます。



KDDIデザインスタジオで開催した「スパイダーマン3」キャンペーン



auチャリティオークションに出品された「スパイダーマン等身大フィギュア」

お客さまとの信頼づくり

従業員との信頼づくり

株主・投資家さまとの信頼づくり

お取引先さまとの信頼づくり

社会との信頼づくり

ステークホルダー満足の向上

マネジメント報告

環境報告

各地域における取り組み

KDDIは、各地域でさまざまな清掃活動やイベントなどへ積極的に参加し、地域の方々とのコミュニケーションを深め、地域社会への貢献に努めています。

● 北陸地区での取り組み

毎月1回実施される金沢駅前メインストリートの清掃活動に参加しています。近隣住民の方と交流を深めながら道路わきのゴミ拾いを行い、地域的美観保全に努めています。



● 関西地区での取り組み

70周年を迎えた御堂筋の記念大清掃に参加しました。御堂筋の清掃活動とKDDI大阪ビルの周辺清掃は毎月実施しています。



● 中国地区での取り組み

「芦田川を守る日」として福山市が毎年6月の第1日曜日に開催する清掃活動に参加しました。当日は、ゴミの分別・回収を行うなかで、地域の方々との交流も深めました。



● 九州地区での取り組み

鹿児島の中学校の校外学習に協力し、フィルタリングサービスの導入に関する講義や、車載型無線基地局の説明などを行いました。



● 四国地区での取り組み

「よさこい」の元祖「高知よさこい祭り」に特製の衣裳をまとうて参加したKDDI連が、華やかな踊りで祭りを盛り上げました。



● 北海道地区での取り組み

北海道教育委員会主催の「北海道いじめ・不登校等対策本部」に協力し、インターネットを介した、いじめなどの解決に向けて、インターネットや携帯電話の適切な利用方法などの説明を行いました。

● 東北地区での取り組み

東北3大祭りのひとつ「青森ねぶた祭」に協賛し、「LISMO! ねぶた」と従業員の「ラッセラー、ラッセラー」の掛け声で、ねぶた祭を盛り上げました。



● 北関東地区での取り組み

埼玉県が実施する子育て支援策「パパ・ママ応援ショップ事業」に埼玉県内のすべてのauショップ(69店舗)が加盟・参加し、地域に根ざした子育て支援に取り組んでいます。

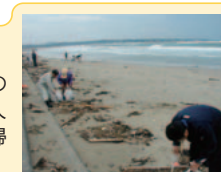


● 南関東地区での取り組み

環境と人に優しい街づくりを推進するNPO「ナイス・ヨコハマ」へ協賛。放置自転車をレンタサイクルとして活用し、地球環境保護と、利用者の健康増進に取り組んでいます。

● 中部地区での取り組み

伊勢志摩で一番の美しさを誇る「阿児の松原海岸清掃活動」に参加し、地域の人たちと砂浜に捨てられたゴミや流木の清掃を行いました。



お客さまとの信頼づくり

従業員との信頼づくり

株主・投資家さまとの信頼づくり

お取引先さまとの信頼づくり

社会との信頼づくり

ステークホルダー満足の上

マネジメント報告

環境報告

お客さま
との信頼づくり従業員
との信頼づくり株主・投資家さま
との信頼づくりお取引先さま
との信頼づくり社会
との信頼づくり

国際協力・貢献活動への取り組み

KDDIでは、長年培ってきた情報通信技術分野における知識や技術力を生かし、開発途上国の通信事情の改善や、デジタル・デバイド^{※1}の解消に向けた国際貢献活動を積極的に行っています。

※1 デジタル・デバイド：パソコンやインターネットなどの情報通信技術にアクセスする機会を「持つもの」と「持たざるもの」との間に情報格差が生じる問題（先進国と開発途上国、都市と遠隔地域など）。

●デジタル・デバイドの解消

開発途上国、特に遠隔地域のデジタル・デバイド解消に向けてパイロットプロジェクトを実施し、KDDIの技術やノウハウを提供しています。これまでにカンボジア、ベトナム、フィリピン、インドネシアなどの遠隔地域に、KDDI研究所が開発した無線LANシステムなどを持ち込み、現地の自治体・通信事業者・大学・病院などと共同で無線ブロードバンド通信の実験を行い、有効性を確認しました。



無線ブロードバンド通信に見入る現地の方々

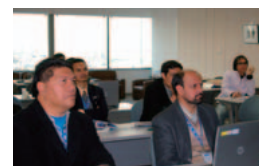
●技術専門家の派遣

開発途上国への技術移転の一環として、1960年からアジアを中心に、アフリカ、南米など20数か国へ積極的に通信技術の専門家を派遣しています。KDDIがこれまでの事業を通じて培ってきた電気通信の運用技術、交換機・伝送路に関する技

術などを開発途上国に移転することで、それぞれの国の通信環境の改善に貢献しています。

●海外研修員の受け入れ

1957年以降、KDDIでは開発途上国の人材育成を支援するため、国際機関を通じて開発途上国から研修員を受け入れ、衛星通信技術、マルチメディア技術など多方面にわたる通信関連技術の移転を積極的に行っています。これまでに受け入れたアジア、アフリカ、太平洋諸国などの政府機関・事業者・研究機関からの研修員は、5,400人を超え、研修終了後はそれぞれの国において通信事業の発展のために活躍しています。



最新の通信技術についてレクチャーを受ける海外研修員

Voice 海外研修員の感想

研修員の出身国のなかには、第三代携帯電話や携帯電話インターネットが導入されていない地域も多く、au携帯電話を手にした研修員たちからは「こんな技術は初めて見た」「携帯電話でここまでできるのか!」と驚きの声が多く寄せられました。また、最新の通信技術のレクチャーを受けた研修員たちは「実用的な日本の技術に触れることができて良かった」「専門家から説明を受けられる貴重なチャンス」と感想を語ってくれました。



研修の様子

●青年海外協力隊・シニア海外ボランティアへの派遣

KDDIでは、JICA（国際協力機構）の青年海外協力隊やシニア海外ボランティアへの参加を希望する従業員を支援するため、派遣期間中、現地での活動に専心できるように、会社に籍をおいたまま参加できる体制を整備しています。これまでに、18か国に57名の従業員を派遣しています。



シニア海外ボランティアとしてセントルシアに派遣された社員と現地スタッフ

●カンボジアで4校目となる学校建設を支援

KDDIグループのKEC^{※2}では、2005年から毎年、社会貢献活動の一環として「KECチャリティコンサート」を開催しています。2008年2月には4回目となるコンサートを開催し、売上金と個人の寄付金およびKDDIからの協賛金を加えた総額約350万円を、カンボジアでの学校建設を進めるNGO「Japan Relief for Cambodia」に寄付しました。KDDIは、この寄付金で建設する学校にインターネット接続用の通信装置などを設置し、パソコンやインターネットを用いた授業も実施できるように支援します。



建設された学校で授業を受ける子どもたち

※2 KEC：財団法人KDDIエンジニアリング・アンド・コンサルティング。国際電気通信の発展と社会・経済・文化の進展に寄与する目的で1974年に設立。海外コンサルティング業務と海外研修業務を軸に、30年以上にわたって国際協力の最前線で活動。

コーポレート・ガバナンス

健全性と透明性の高いコーポレート・ガバナンス体制を整備し、一層の企業価値の向上に努めています。

■ コーポレート・ガバナンス体制

KDDIは、企業価値を高める上でコーポレート・ガバナンスを強化し、充実させていくことを重要な課題としてとらえ、経営の効率化と透明性の向上に努めています。2001年6月からは執行役員制度を導入し、権限の委譲と責任体制の明確化を図り、有効かつ効率的な業務遂行の実現に努めています。

また監査役会設置会社として、監査役5名（うち社外監査役3名）を選任し、監査役会を設置しています。なお、監査役は取締役会へ出席するほか社内の主要な会議にも出席しています。

● 取締役会

取締役会は、社外取締役3名を含む11名の取締役で構成し、法令等に定める重要事項の決定を行うとともに、取締役等の適正な職務執行が図られるように監督しています。取締役の業務執行に関わる情報は、社内規程に従い適切に保存および管理を行っています。なお、社外取締役が取締役会に出席できない場合には、取締役会の議事内容を適宜報告するとともに、当社の経営についての意見、アドバイスを受けています。

● 経営会議と業務執行体制

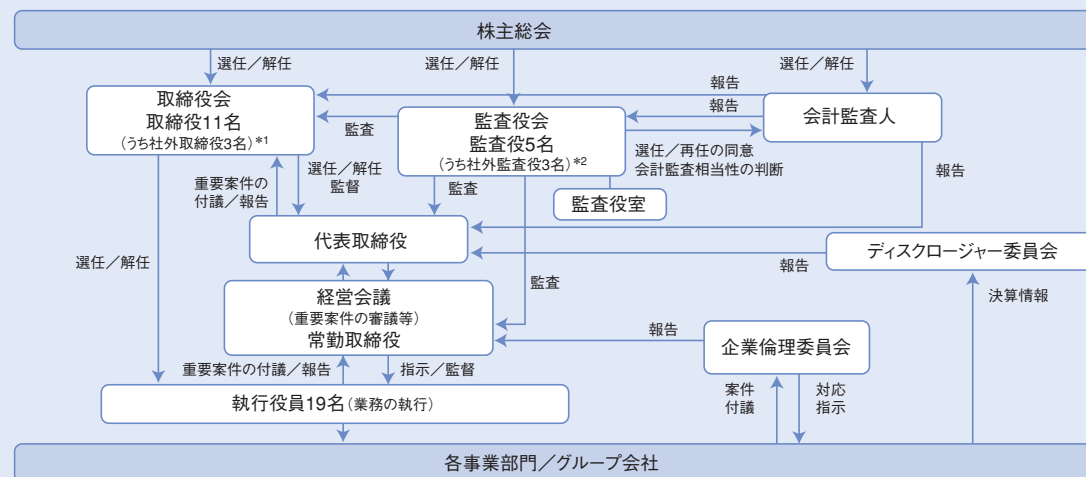
取締役会付議事項のほか、業務執行に関わる重要事項については、取締役、執行役員などにより構成される経営会議において、経営会議規程に基づき審議を行い、決定しています。

● 監査役職務遂行の実効性を確保するための体制

取締役会および内部監査部門は、監査役職務遂行に必要な情報を適宜提供し、意見交換を行い、連携を図っています。内部監査の結果は問題点の改善・是正に関する提言を付して、代表取締役社長と監査役に報告を行っています。

2006年4月には、監査役職務を補助する機関として監査役室を設置しました。

▶ コーポレート・ガバナンス体制図



*1【社外取締役】

- 中村 昇 (京セラ株式会社 代表取締役会長)
- 奥田 碩 (トヨタ自動車株式会社 取締役相談役)
- 勝俣 恒久 (東京電力株式会社 代表取締役会長)

*2【社外監査役】

- 吉永 昌幸 (常勤監査役)
- 明石 靖夫
- 渡辺 捷昭 (トヨタ自動車株式会社 代表取締役社長)

(2008年8月現在)

内部統制

内部統制システムの構築を通して、財務報告の信頼性だけでなく、企業クオリティの向上をめざします。

内部統制についての考え方

KDDIでは、2006年4月に「内部統制システム構築の基本方針」を取締役会で決議、公表しました。この基本方針に基づき、財務報告の信頼性、会社業務の執行の公正性、透明性および効率性を確保し、企業クオリティの向上をめざした実効性のある内部統制システムの整備を進めています。

社内体制

2006年4月に内部統制室（現：リスク管理本部内部統制部）を設置し、財務報告に係る内部統制システムの構築に取り組んでいます。本部ごとに自部門の内部統制構築活動を推進する内部統制推進担当者を設置するとともに、財務報告に係る業務プロセス単位ごとにプロセス統括責任者を、その配下に業務プロセス管理責任者を設置する体制を構築しています。また、従業員の内部統制への理解を深めるため、2007年度には全従業員対象のeラーニングを2回実施しました。さらに、集合研修を4回行い、延べ760名の従業員が受講しました。

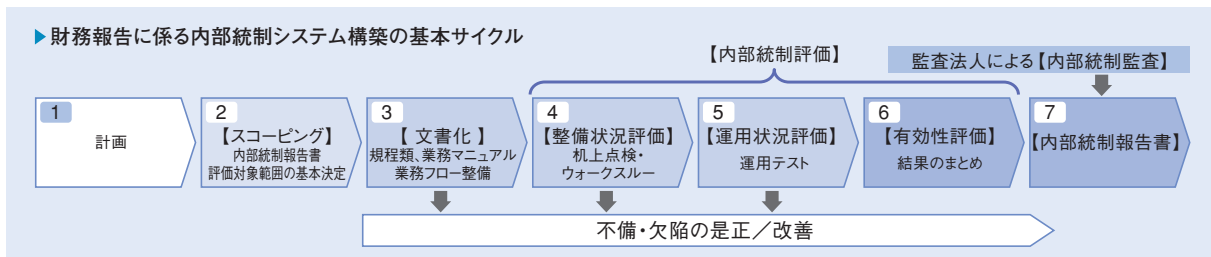
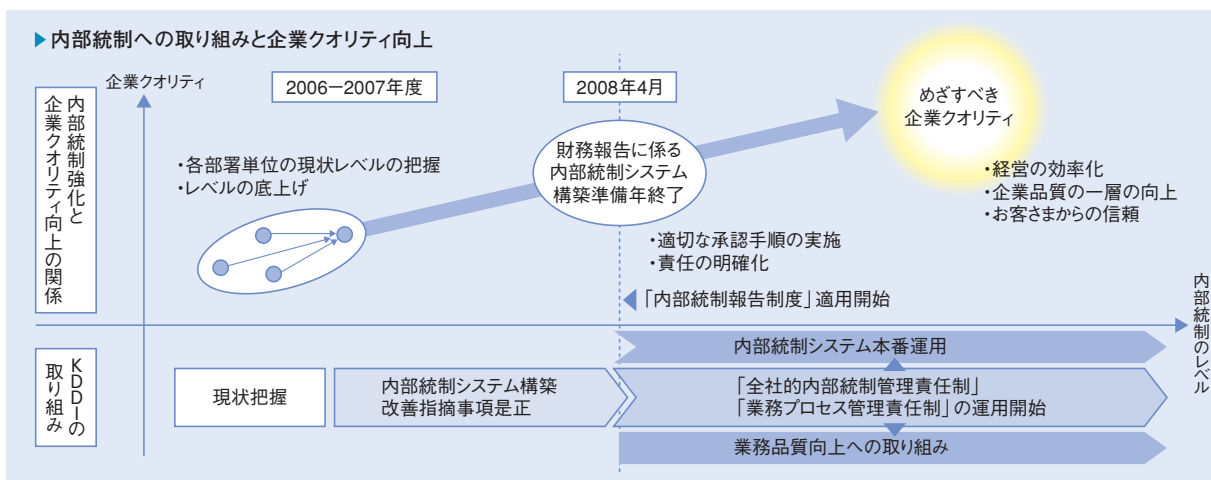
グループ会社への支援

2007年度は国内外の子会社17社の内部統制システムの構築に着手しました。2008年度は、さらに対象会社や統制範囲を拡大し、グループ全体の統制強化を進めていきます。

金融商品取引法への対応

金融商品取引法により、2008年度から内部統制報告制度が開始されるにあたり、2006年度から2007年度にかけては財務報告の信頼性を確保すべく、すべての業務のなかから財務報告に関連する業務を洗い出し、それらの業務フローの文書

化と点検に重点を置いて内部統制システムの構築を進めてきました。KDDIでは、同法への対応を企業クオリティ向上への通過点と位置付けており、2008年度には全社を挙げた「業務品質向上」に取り組みます。



ステークホルダー満足の向上

マネジメント報告

環境報告

コンプライアンス

コンプライアンスは、企業経営の根幹と考え、すべてのステークホルダーからの信頼を高めるため、グループ横断的な取り組みを推進しています。

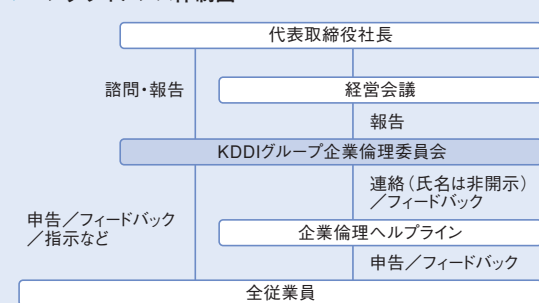
■ コンプライアンスについての考え方

KDDIは、憲法が定める「通信の秘密」の厳守をはじめ、法令遵守は企業経営の根幹と考え、コンプライアンス体制の整備と強化を進めています。また、全従業員が常に高い倫理観を維持し、適正に職務を執行するため、コンプライアンスに関する意識向上に努めており、2003年1月には企業活動を行う上で守るべき基本原則を掲げた「KDDI行動指針」を制定しました。

■ コンプライアンス推進体制

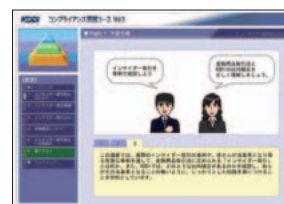
コンプライアンス関連事項を審議決定する機関として「KDDIグループ企業倫理委員会」を設置し、啓発活動の方針策定、コンプライアンスに反する事項が発生した場合の対処、社外への情報公開、再発防止策の検討などを行っています。委員会の活動状況は、イントラネットを通じて全従業員に公開しています。

▶ コンプライアンス体制図



■ コンプライアンス教育

従来からの管理職研修および全従業員を対象としたeラーニングに加えて、2007年12月からは一般従業員向けの集合研修で、四半期ごとにコンプライアンスに関する教育を実施しています。



eラーニングでの研修画面

▶ 主な研修の実績(2007年度)

研修名	受講者数
一般従業員向け研修	約300名
eラーニング	約11,000名
管理職・ライン長研修	約900名

Topics コンプライアンス強化月間の実施

コンプライアンスについての正しい知識を身に付け、適切な対応を実践できるように、2007年11月に「KDDIグループ コンプライアンス強化月間」を実施しました。2007年度は主に、セクシュアルハラスメントとパワーハラスメントの防止に重点を置き、セクハラホットラインなどの相談窓口の周知徹底を行うとともに、全社員と派遣・契約社員および業務委託社員を対象にアンケート形式でのセルフチェックを実施しました。その結果、セクハラに関する規程や相談窓口の認知率は90%以上、企業倫理ヘルプラインや企業倫理委員会の認知率は70%程度でした。今後は派遣・契約社員や業務委託社員への啓発を拡充するなど、一層のコンプライアンス強化に取り組みます。

● 企業倫理ヘルプライン

企業倫理や法令遵守についての疑問や悩みを相談する窓口として、全従業員を対象とした「企業倫理ヘルプライン」を設置しています。社内だけでなく、外部の専門家と連携した窓口を開設し、申告しやすい環境を整えています。また、「公益通報者保護法」に対応する社内規程を制定し、積極的な啓発活動も行っています。

▶ 企業倫理ヘルプラインの窓口

社内窓口	KDDI企業倫理委員会 事務局
社外窓口	田辺総合法律事務所内 KDDI企業倫理ヘルプライン

● KDDIグループ会社のコンプライアンス体制

KDDIでは、グループ会社においても行動指針を制定し、企業倫理委員会、企業倫理ヘルプラインを設置しています。毎年、半期ごとに企業倫理委員会を開催し、各社の状況を把握するとともに、コンプライアンスの体制構築・強化を支援しています。

▶ KDDIグループ企業倫理委員会体制図



※1 KDDIテクニカルエンジニアリングサービス
 ※2 ジャパンケーブルネット

コーポレート・ガバナンス

内部統制

コンプライアンス

リスクマネジメント

情報セキュリティ

リスクマネジメント

情報通信サービスをいつでも安心してご利用いただくとともに、企業価値を継続的に高めていくため、グループ全体でリスクマネジメントの強化に取り組んでいます。

■ リスクマネジメントの基本方針

KDDIは、事業リスク※1・管理リスク※2などのすべてのリスクを対象に、日常業務のなかでリスクマネジメントを継続的に実施することで、リスクの減少とリスク発現の回避に努めています。また、重大なリスクが発現した場合の対応を事前に準備し、リスク発現時の損失を最小限に抑える対策を講じています。

※1 事業リスク： サービス展開や料金設定などの事業活動そのものに関するリスクおよび法規制や政策の決定による事業環境の変化に関するリスク
 ※2 管理リスク： お客さま情報の漏えいや法令違反など、企業の信用やブランドイメージを低下させるおそれのあるリスク

■ KDDIの重点管理リスク

KDDIでは、管理リスクのうち優先的な対応が必要な5つのリスクを「重点管理リスク」と位置付け、全社的な危機管理体制を整備してリスクの減少と発現の回避、リスク発現時の迅速・的確な対処による損害の最小化に努めています。

▶ KDDIの重点管理リスク

- 情報漏えい
- 設備／ネットワークの障害・事故
- 倫理・法令違反
- 情報システムの障害・事故
- 災害・事故

■ リスク管理体制

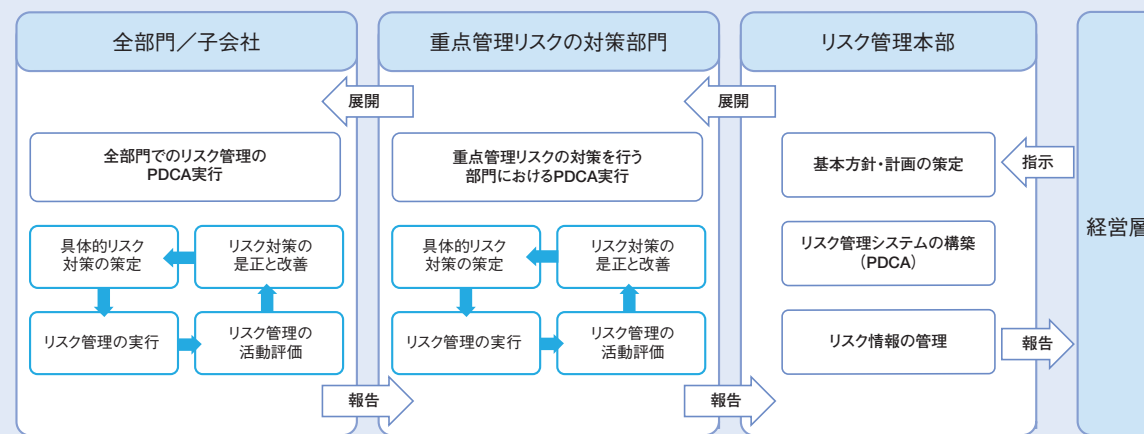
KDDIでは、リスク管理本部を中心としたリスク管理体制を構築し、KDDIグループ全体のリスク管理を統括的に推進しています。リスク管理本部では法制度や社会環境の変化に応じてリスクの見直しを行い、リスク管理の基本方針・計画を策定しています。また、各種のリスクに対応した具体的な対策を策定・実行する部門と連携し、PDCAサイクル※3に基づいたリスク管理の徹底に継続的に取り組んでいます。

※3 PDCAサイクル： 組織内でPlan（計画）、Do（実施・運用）、Check（点検・是正）、Action（見直し）の4つのプロセスを繰り返す仕組み。

■ 大規模災害などへの対応

大規模災害などの発生時に、通信の確保と早期復旧に努めることは、総合通信事業者であるKDDIの責務です。KDDIは、通信ネットワークの多ルート化や経路分散、通信設備の耐震性向上など、災害に強い通信ネットワークの構築を図るとともに、社長を本部長とする災害対策本部を設置し、全社規模の防災訓練を年2回実施するなど、大規模災害などへの対策に取り組んでいます。また、指定公共機関として講じるべき措置を「KDDI防災業務計画」「KDDI国民保護業務計画」として明示しています。

▶ KDDIグループのリスク管理体制図



情報セキュリティ

多くのお客さま情報を取り扱う総合通信事業者として、全社を挙げて情報セキュリティの強化に取り組んでいます。

■ 情報セキュリティの基本方針

KDDIでは、情報漏えいを重点管理リスクに指定し、お客さま情報および会社の機密情報を厳密に取り扱うとともに、「情報セキュリティに関わる基本方針」および「セキュリティ・ステートメント」「プライバシー・ポリシー」※1を定めて、情報セキュリティの確保に全社を挙げて取り組んでいます。

※1 詳しくはKDDIホームページをご覧ください。
<http://www.kddi.com/corporate/torikumi/joho/index.html>

■ 情報セキュリティの管理体制

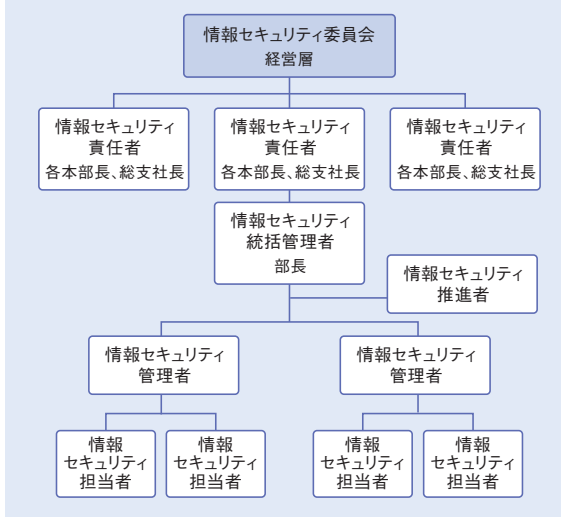
KDDIでは、経営層を委員とする「情報セキュリティ委員会」を2004年に設置し、全社レベルの情報セキュリティ管理状況の把握と、必要な対策を迅速に実施できる体制を整備しています。具体的には、リスク管理本部・情報システム本部・設備運用本部を中心として、営業・技術・カスタマーサービス部門などの関連部門をメンバーとした管理体制を構築し、実効的なセキュリティ施策の実施を推進しています。また、2008年度末までに全拠点でISMS (Information Security Management System: 情報セキュリティマネジメントシステム) 認証の取得をめざし※2、鋭意活動しています。

グループ会社においても、情報セキュリティの強化を積極的に進めています。国内グループ会社にはISMSなどの公的認証の取得を推奨するとともに、KDDI独自のセキュリティ認証制度によるセキュリティ強化を図り、海外グループ会社(主に東アジ

アや東南アジア地域)にはチェックシートを使った自主点検の仕組みを導入し、国内外のグループ会社の情報セキュリティレベルの向上を図っています。

※2 ISMS認証取得状況については、JIPDEC(財団法人 日本情報処理開発協会)のホームページをご覧ください。
http://www.isms.jipdec.jp/1st/ind/org_list_KE.html

▶ セキュリティ管理体制図(グループ)



● 情報セキュリティ教育

KDDIでは、全従業員および業務関係者を対象として、情報資産の管理などの情報セキュリティに関する総合的な教育・訓練を継続的に実施しています。さらに、対象を業務委託先まで拡大し、体系的な情報セキュリティ研修を実施しています。

▶ 主な研修(2007年度)

研修名	研修内容
全従業員へのeラーニング	従業員の情報セキュリティに対する意識向上のために、全従業員を対象としたeラーニングを年3回実施
業務委託先への研修会	業務委託先においても情報セキュリティを徹底するために、全国9ヵ所で13回の研修会を実施

● お客さま情報流出防止への継続的な取り組み

2006年度のお客さま情報の流出・紛失を受け、その後も継続的に情報セキュリティの強化対策を全社で実施しています。

▶ お客さま情報流出防止に向けた2007年度の取り組み

- ・お客さまからの電話応対などを取り扱うシステムに外部監査を実施(2007年6月)
- ・個人情報を扱う部門への指紋認証パソコンを導入
- ・顧客情報を安全に授受するためのセキュアシェア※3環境の構築
- ・業務用パソコンから外部記憶媒体への出力制限および操作ログ収集などによる管理強化
- ・執務室および機械室への入退管理強化のためのログ管理システムを導入
- ・通信局舎、大量顧客情報を取り扱う局舎および情報システム拠点・エリアへの監視カメラ設置拡充

※3 セキュアシェア: インターネット上で安全に大容量のファイルを交換できるKDDIの情報交換サービス。

コーポレート・ガバナンス

内部統制

コンプライアンス

リスクマネジメント

情報セキュリティ

ステークホルダー満足の上

マネジメント報告

環境報告

KDDIの環境保全への取り組み

かけがえのない地球を次の世代に引き継ぐために、KDDIは全社で環境保全活動に積極的に取り組んでいます。

■ KDDI環境憲章

KDDIグループでは、2003年に制定した「KDDI環境憲章」を指針として、グループ全体で環境保全活動に取り組んでいます。

【基本理念】

KDDIグループは、かけがえのない地球を次の世代に引き継ぐことができるよう、地球環境保護を推進することがグローバル企業としての重要な責務であると考え、環境に配慮した積極的な取り組みを、会社全体で続けていきます。

【行動指針】

1. 当社の事業活動が地球環境に及ぼす影響を定量的に評価し、環境保全活動の効果的な仕組み作りと継続的な改善に努めます。具体的には、以下のとおりとします。
 - (1) 省エネルギー、省資源、廃棄物削減等の環境問題を継続的に改善するために必要な環境マネジメントシステムの構築と運営
 - (2) 環境関連法規、条例等の規制、および要求事項の遵守特に、地球温暖化防止の観点から電力消費量の削減に向けた施策の推進
 - (3) 社内外への適切な情報の開示によるコミュニケーションの促進
2. 次世代IT技術を活かした環境負荷低減型サービスの開発・提供に努めます。
3. 携帯電話端末等の大量消費を伴う事業活動で生じる環境負荷を低減させるための施策を進め、循環型社会の構築に貢献します。
4. 機器および物品の調達にあたり、環境配慮製品の調達を推進します。
5. 環境に調和した豊かな社会に向け、企業市民として社会・地域における保全活動に貢献します。

■ 環境マネジメント体制

KDDIでは、総務・人事本部長を委員長とし、各本部・事業所・総支社・グループ会社・関連団体から選任された委員で構成される「KDDI環境委員会」を中心に環境保全活動を推進しています。同委員会は、KDDI環境憲章に基づく活動方針や計画策定、活動状況確認を行うとともに、毎年、内部環境監査を実施し、活動目標に対する実績管理を行うことでPDCAサイクル[※]による環境保全活動の強化に努めています。

※ PDCAサイクル：組織内でPlan（計画）、Do（実施・運用）、Check（点検・是正）、Action（見直し）の4つのプロセスを繰り返す仕組み。

● ISO14001（環境ISO）の認証取得

KDDIおよびKDDIグループ各社では、環境マネジメントに関する国際規格ISO14001に基づく環境保全活動を進めています。2008年3月末の認証取得状況は、拠点数187拠点、対象人員約33,000名です。

■ グリーン購入の推進

KDDIでは、グリーン購入を推進しており、製品・工事・サービスなどを購入する際に、お取引先さまのご協力を得ながら「環境への負担ができるだけ少ないもの」を「環境に配慮しているお取引先さま」から購入することを目標に、グリーン購入に取り組んでいます。また、製品に含まれる有害物質の排除に向けた取り組みも積極的に推進しています。

Voice 購買担当者からの声

購買1部モバイルグループでは、携帯電話で生じる環境負荷の低減に取り組んでいます。2003年以降、携帯電話メーカー8社さまから、モデルごとに使用する化学物質のデータをご提供いただきデータ分析をしています。それをもとに各社と意見交換を行い、目標を設定して、有害化学物質のゼロ化に努めています。今後もお取引先さまと連携し、環境負荷の低減に貢献するよう活動を継続していきます。



成田 政彦
購買本部 購買1部
モバイルグループ

▶ KDDIグループのISO14001認証取得状況（2008年3月末現在）

【KDDIグループ全体 拠点数:187拠点、対象人員:約33,000名】

- | | | |
|----------------------------|--------------------------------|-----------------|
| ・ KDDI（株） | ・ 沖縄セルラー電話（株） | ・ KDDI沖縄（株） |
| ・ （財）国際電信電話共済会 | ・ 日本通信エンジニアリングサービス（株） | ・ （株）KDDIエボルバ沖縄 |
| ・ KDDI健康保険組合 | ・ （株）KDDI研究所 開発センター | ・ （株）KDDI研究所 |
| ・ KDDI企業年金基金 | ・ （財）国際コミュニケーション基金 | ・ KMN（株） |
| ・ （株）KDDIテクニカルエンジニアリングサービス | ・ （財）KDDIエンジニアリング・アンド・コンサルティング | ・ （株）KDDI総研 |
| ・ （株）KDDIネットワーク&ソリューションズ | ・ （株）KDDIテクノロジー | ・ 国際ケーブル・シップ（株） |
| ・ （株）KDDIエボルバ | ・ （株）mediba | |

環境保全への取り組み

事業活動と環境への影響

中期環境保全計画

環境保全活動の目標と実績

2007年度の主な環境への取り組み

KDDIの事業活動と環境への影響

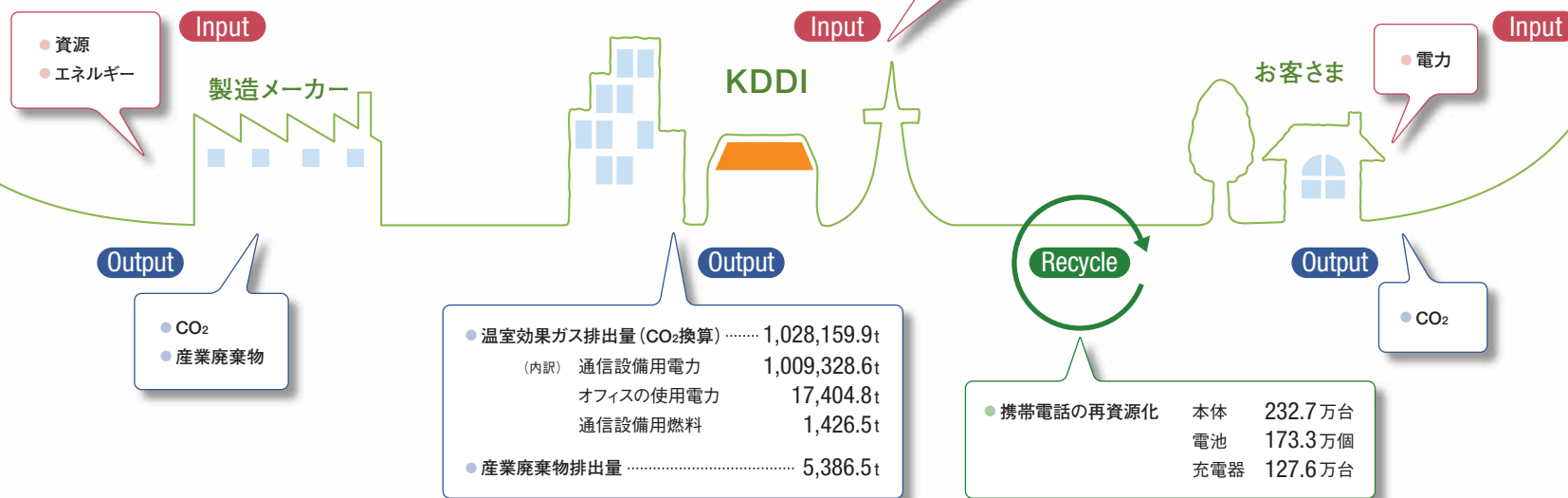
ここでは、KDDIが事業活動を通して、環境にどのような影響を与えているかをご理解いただくために、主要な資源とエネルギーの流れとその使用量を示しています。

KDDIの環境への影響(2007年度)

KDDIは、通信インフラを整備し、携帯電話などの通信機器を販売することで、さまざまな情報通信サービスを提供しています。KDDIの環境への影響のうち主なものは、事業用通信設備の電力消費に由来するCO₂の排出と、通信設備の更新などにもない発生する産業廃棄物です。また、お客さまが処分される携帯電話も、資源の有効利用の観点から再資源化が求められています。

2007年度は、通信設備の増加にともない、エネルギー消費量が増加したため、CO₂排出量が63,580.1t増加しました。また、産業廃棄物に関してはゼロエミッション(廃棄物ゼロ)を推進した結果、512.2t減少し、継続的なりサイクルへの取り組みにより、再資源化率は99.6%(一部サーマルリサイクル含む)に向上しました。

● 電力使用量	184,997.0 万kWh
(内訳) 通信設備	181,861.0 万kWh
オフィス	3,136.0 万kWh
● 燃料使用量	538.0 kℓ(原油換算、通信設備で使用 ※)
(内訳) 重油	232.5 kℓ
軽油	85.6 kℓ
灯油	230.0 kℓ
● 紙使用量	39,788.4 t
● 水使用量	303.0 千m ³
※ 設備の空調および非常用発電装置に使用	



環境保全への取り組み

事業活動と環境への影響

中期環境保全計画

環境保全活動の目標と実績

2007年度の主要な環境の取り組み

ステークホルダー満足の上

マネジメント報告

環境報告

KDDIの中期環境保全計画



KDDIでは、2007年度から第2期中期環境保全計画に取り組んでいます。環境マネジメントシステムに基づいた活動計画と実績、進捗をご報告します。

KDDIでは環境憲章に基づき、2003年に第1期中期環境保全計画を策定し、2007年度末までに全社統合の環境マネジメントシステムを構築するという目標を掲げ、2007年1月に構築を完了しました。また、2007年7月には、コンプライアンスを徹底させた上で、一層の効果を生み出すことを目標とした第2期中期環境保全計画を策定し、着実に推進しています。

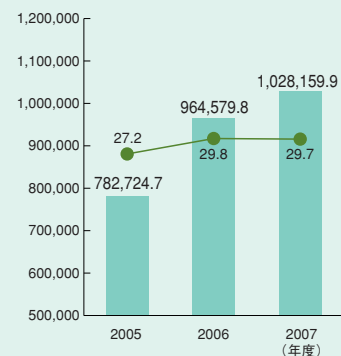
▶ 第2期中期環境保全計画

① 地球温暖化対策	2011年度に想定されるエネルギー使用量を16%削減し、温室効果ガス排出量(CO ₂ 換算)を152万tとする。
② 廃棄物削減・リサイクル推進	<ul style="list-style-type: none"> ・携帯電話、撤去通信設備などの再資源化率を99%以上とする。 ・オフィス廃棄物の削減・分別を徹底するとともに、再資源化率を70%以上とする。
③ 環境マネジメントの質的向上	<ul style="list-style-type: none"> ・コンプライアンスの評価・内部監査の充実 ・社内の環境教育・啓発活動の充実

● 第2期中期環境保全計画の実績と進捗

KDDIでは、第2期中期環境保全計画の目標を確実に達成するために、目標年度の2011年に向けて、年度ごとにトレンド目標を設定して進捗管理を行っています。2007年度は施策の着実な推進により、すべての項目でトレンド目標を達成することができました。詳細はP.39-40をご覧ください。

▶ 温室効果ガス排出量(CO₂換算 単位:t)



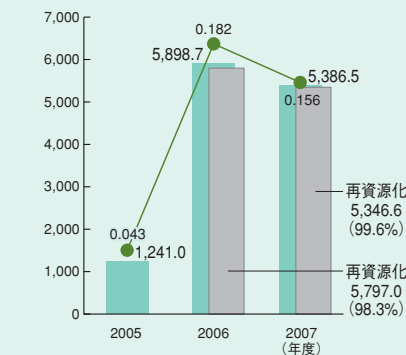
▶ 電力使用量(単位:万kWh)



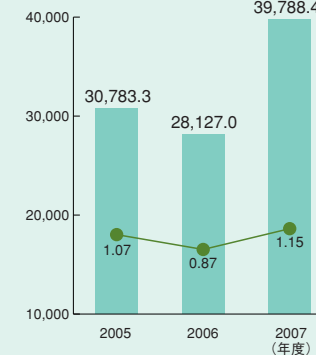
▶ 燃料使用量(単位:kℓ)



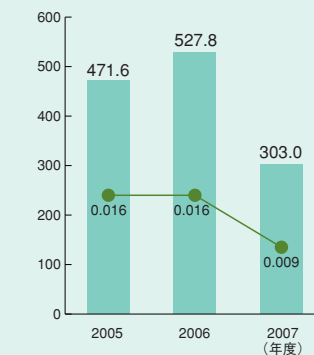
▶ 産業廃棄物排出量(単位:t)



▶ 紙使用量(単位:t)



▶ 水使用量(単位:千m³)



* 原単位
使用・排出した物量などを関係する基準値(生産量・販売量)などをもとに換算したもの。本誌ではKDDI単体の営業収益(億円)を使用して算出しています。原単位 = $\frac{\text{使用量・排出量}}{\text{KDDI単体の営業収益(億円)}}$

* 環境データに関する特記事項
 ・ 温室効果ガス排出量に関しては、「地球温暖化対策の推進に関する法律」(温対法)に基づく温室効果ガスの算定・報告・公表制度において適用される算定方法を使用して算定しています。
 ・ 産業廃棄物の再資源化量には、サーマルリサイクルされたものを含まれています。

環境保全への取り組み

事業活動と環境への影響

中期環境保全計画

環境保全活動の目標と実績

2007年度の主要な環境への取り組み

ステークホルダー満足の上

マネジメント報告

環境報告

環境保全活動の目標と実績



※ 達成状況のアイコンについて 達成 未達成

項目	2007年度目標	2007年度実績	達成状況	2008年度目標
環境マネジメントシステムの構築・運用 (ISO14001認証の取得拡大)	<p>第2期中期環境保全計画に基づく環境マネジメントの質的向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ●コンプライアンス評価、内部監査の充実 ●環境教育、啓発活動の充実 <p>■単独でISO14001認証を取得したグループ会社に対し、グループ統合認証への統合を推進する</p> <p>■KDDIグループ会社(出資比率50%以上)全社のグループ統合認証取得を推進する</p>	<p>■新たに関係会社、関連団体をKDDIグループ認証として統合 (統合拡大対象: KDDIテクノロジー、KDDI沖縄、KDDIエポルパ沖縄、mediba、KDDIエンジニアリング・アンド・コンサルティング、国際コミュニケーション基金) KDDI環境マネジメントシステムの規模(2008年3月時点): 拠点数187、対象人数約33,000名</p> <p>■マネジメントシステムのさらなる質的向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ・環境法規制遵守評価の実施 ・環境教育の実施(各部門各拠点環境ISO担当者への教育の実施) ・全国拠点(10ヵ所)における内部監査組織の設置と内部監査実施 		<p>第2期中期環境保全計画に基づく環境マネジメントの質的向上</p> <ul style="list-style-type: none"> ●コンプライアンス評価、内部監査の充実 ●環境教育、啓発活動の充実 <p>■内部監査員体制の拡充(運用部門強化)</p> <p>■単独でISO14001認証を取得したグループ会社に対し、グループ統合認証への統合を推進する</p> <p>■KDDIグループ会社(出資比率50%以上)全社のグループ統合認証取得を推進する</p>
温室効果ガス排出量の削減	<p>第2期中期環境保全計画に基づく地球温暖化対策</p> <ul style="list-style-type: none"> ●2011年度に想定されるエネルギー使用量を16%削減し、温室効果ガス排出量を152万t(CO₂換算)とする(電力量換算: 約27.4億kWh) <p>■省エネルギー施策の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・携帯電話基地局を含む通信設備の省エネルギー対策強化 ・オフィス系各事業所における省エネルギー、省資源活動の推進 <p>・2007年度に想定されるエネルギー使用量を2.7%削減し、温室効果ガス排出量を106.4万t(CO₂換算)とする(電力量19.1億kWh)</p> <p>※第2期中期環境保全計画達成に向けての2007年度トレンド目標</p>	<p>2007年度エネルギー計画に従い、各事業所で施策を実施</p> <p>【主な実施施策】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・自動放水装置の設置による空調電力の削減(大手町ビル: 7.1万kWh削減/年) ・照明機器のインバータ化・人感センサーの導入(北海道ビル、小山ネットワークセンター、新宿ビル、KDDI大阪ビル: 66.7万kWh削減/年) ・冷水ポンプ、冷凍機の改修など(新宿ビル: 116.9万kWh削減/年) <p>・省エネルギー法に基づくエネルギー指定事業所全体での原単位排出量削減率: 3.5%(目標である前年度比1%以上の削減を達成)</p> <p>・改正省エネルギー法対象事業所(第1・2種エネルギー指定)での電力使用量: 6.3億kWh(前年比3.1%の増加)</p> <p>全社の電力使用量: 18.5億kWh(前年度比6.6%の増加、トレンド目標は19.1億kWh)</p> <p>・通信設備などでの電力使用量: 18.2億kWh(前年度比6.7%の増加、トレンド目標は18.8億kWh)</p> <p>【主な要因】・au携帯電話サービスのお客さま増加</p> <ul style="list-style-type: none"> ・サービス品質向上に向けた通信設備・携帯電話基地局の増加 <p>・オフィスでの電力使用量: 0.3億kWh(前年度比3.5%の増加、トレンド目標は0.33億kWh)</p> <p>【主な要因】・飯田橋アイマークビルなどの新規テナントオフィスの開設</p>		<p>第2期中期環境保全計画に基づく地球温暖化対策</p> <ul style="list-style-type: none"> ●2011年度に想定されるエネルギー使用量を16%削減し、温室効果ガス排出量を152万t(CO₂換算)とする(電力量換算: 約27.4億kWh) <p>■省エネルギー施策の強化</p> <ul style="list-style-type: none"> ・携帯電話基地局を含む通信設備の省エネルギー対策強化 ・オフィス系各事業所における省エネルギー、省資源活動の推進 <p>・2008年度に想定されるエネルギー使用量を7.7%削減し、温室効果ガス排出量を107.3万t(CO₂換算)とする(電力量換算19.3億kWh)</p> <p>※第2期中期環境保全計画達成に向けての2008年度トレンド目標</p>
紙資源使用量の削減	<p>■インターネット「料金お知らせサービス」(請求書電子化サービス)の加入促進を通じた紙資源使用量の削減(継続)</p> <p>■「KDDIまとめて請求」の加入促進を通じた紙資源使用量の削減(継続)</p>	<p>■インターネット「料金お知らせサービス」(請求書電子化サービス)加入数 約215万件(2008年3月末、前年度比約10万件増加)</p> <p>削減した紙資源 約645.3t(A4用紙換算16,132万枚)</p> <p>■「KDDIまとめて請求」加入数 約158万件(2008年3月末、前年度比51万件増加)</p>		<p>■請求書電子化サービスの加入促進を通じた紙資源使用量の削減(継続)</p> <p>■「KDDIまとめて請求」の加入促進を通じた紙資源使用量の削減(継続)</p>
	<p>■社内文書電子化の拡大(継続)</p>	<p>各種文書における電子対象の拡大</p> <p>【主な電子化対象】新購買システムの導入にともなう購入依頼伝票の電子化</p>		<p>■社内文書電子化の拡大(継続)</p>
	<p>■オフィスにおける上質紙使用量の削減推進</p> <p>■サービス、販売促進などに使用する印刷物の削減推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・発注数の適正化および発注・使用フローの効率化を検討 	<p>全社における紙資源使用量 39,788.4t(前年度比 11,661.4t(41.5%)増加)</p> <p>【主な要因】・オフィスにおける上質紙使用量 657.3t(前年度比 20.5t(3.2%)増加)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・サービス、販売促進などに使用する印刷物 39,131.2t(前年度比 11,641.0t(42.3%)増加) 		<p>■オフィスにおける上質紙使用量の削減推進</p> <p>■サービス、販売促進などに使用する印刷物の削減推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ・発注数の適正化および発注・使用フローの効率化を検討

環境保全への取り組み

事業活動と環境への影響

中期環境保全計画

環境保全活動の実績と目標

2007年度の主な環境への取り組み

ステークホルダー満足の上向

マネジメント報告

環境報告



環境保全への取り組み

事業活動と環境への影響

中期環境保全計画

環境保全活動の目標と実績

2007年度の主な環境への取り組み

※ 達成状況のアイコンについて  達成  未達成

項目	2007年度目標	2007年度実績	達成状況	2008年度目標
廃棄物削減・リサイクルの推進	<p>第2期中期環境保全計画に基づく廃棄物削減・リサイクル推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ●携帯電話の再資源化率(マテリアルリサイクル率)99%以上 ■携帯電話リサイクルの推進 <ul style="list-style-type: none"> ・お客さまへのリサイクルに関する意識醸成を目的とした各種施策の実施 ・請求書、カタログ、ホームページへの掲載 ・ショップ店頭へのツール配置(絵本・ポスター・回収ボックスなど) ・携帯電話の再資源化率(マテリアルリサイクル率)を98%以上とする ※第2期中期環境保全計画達成に向けての2007年度トレンド目標 	<ul style="list-style-type: none"> ■回収数 <ul style="list-style-type: none"> ・本体 232.7万台(2006年度比 8.6万台減少) ・電池 173.3万個(2006年度比 21.0万個減少) ・充電器 127.6万台(2006年度比 7.9万台増加) ■携帯電話リサイクルの推進 <ul style="list-style-type: none"> ・ホームページでリサイクルの取り組み過程を紹介し、周知活動を実施 ・リサイクルの意識向上のツールとして絵本をショップ店頭へ配備 ・携帯電話の再資源化率(マテリアルリサイクル率)98% 		<p>第2期中期環境保全計画に基づく廃棄物削減・リサイクル推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ●携帯電話の再資源化率(マテリアルリサイクル率)99%以上 ■携帯電話リサイクルの推進 <ul style="list-style-type: none"> ・回収数値の維持 ・リサイクル告知活動の展開 ・携帯電話の再資源化率(マテリアルリサイクル率)を99%とする ※第2期中期環境保全計画達成に向けての2008年度トレンド目標
	<p>第2期中期環境保全計画に基づく廃棄物削減・リサイクル推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ●通信設備の再資源化率(マテリアルリサイクル率)99%以上 ●オフィス廃棄物の削減、分別徹底および再資源化率(マテリアルリサイクル率)70%以上 ■産業廃棄物適正処理のさらなる徹底とゼロエミッション(廃棄物ゼロ)の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・KDDIグループ会社(出資比率50%以上)への管理拡大(コンプライアンスの徹底) ・リサイクルの推進により、ゼロエミッションへの取り組み強化 ・通信設備の再資源化率(マテリアルリサイクル率)95%以上 ※第2期中期環境保全計画達成に向けての2007年度トレンド目標 	<ul style="list-style-type: none"> ・産業廃棄物の適正処理に関するコンプライアンスの徹底 ・指定処理業者との共同管理により通信設備の再資源化率(マテリアルリサイクル率)95.1%を達成 ・全社オフィスエコ活動により産業廃棄物排出量を前年度比8.7%削減 ・分別点検率(KDDI全事業所十子会社21社)99.9%(点検/稼働日数) 		<p>第2期中期環境保全計画に基づく廃棄物削減・リサイクル推進</p> <ul style="list-style-type: none"> ●通信設備の再資源化率(マテリアルリサイクル率)99%以上 ●オフィス廃棄物の削減、分別徹底および再資源化率(マテリアルリサイクル率)70%以上 ■産業廃棄物適正処理のさらなる徹底とゼロエミッション(廃棄物ゼロ)の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・KDDIグループ企業(出資比率50%以上)への管理拡大(コンプライアンス徹底)(継続推進) ・リサイクルの推進により、ゼロエミッションへの取り組み強化(継続推進) ・通信設備の再資源化率(マテリアルリサイクル率)を96%以上とする ※第2期中期環境保全計画達成に向けての2008年度トレンド目標 ・オフィス再資源化率向上策の策定、分別チェックの徹底
	■PCB使用物品の適正管理	法令に則り、行政へ届出の上弊社施設に適正に保管		<ul style="list-style-type: none"> ■PCB使用物品の適正管理 ■PCB使用物品の処理開始
	■アスベスト使用設備における適正管理	適正管理を実施		■アスベスト使用設備における適正管理
グリーン購入の推進	<ul style="list-style-type: none"> ■グリーン購入活動の推進 <ul style="list-style-type: none"> ・参加企業数の増加 ・発注総額に占める割合 100% ■化学物質における使用禁止物質の排除徹底 	<p>主要な取引先さまの100%が環境負荷軽減活動を実施</p>		<ul style="list-style-type: none"> ・主要な取引先さまへの環境ISO取得推進目標100% ・有害物質排除に向けた取り組み ・携帯電話での有害物質排除を達成する
社内外との環境コミュニケーション推進	<ul style="list-style-type: none"> ■環境コミュニケーションの推進 (社外向け)・「CSRレポート」の作成、配布 <ul style="list-style-type: none"> ・企業ホームページにおける情報開示の強化、継続 (社内向け)・「CSRレポート」などの各種ツールを通じた環境教育、社内啓発の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・イントラネットや社内報などを通じた社内啓発の強化、継続 	<ul style="list-style-type: none"> (社外向け)・「CSRレポート」を発行(2007年7月) <ul style="list-style-type: none"> ・企業ホームページにおける情報開示の継続 ・「KDDIデザインスタジオ」を使用した環境関連イベントの実施 (社内向け)・各種研修やセミナーを通じた環境教育の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・イントラネットや社内報などを通じた社内啓発の推進 		<ul style="list-style-type: none"> ■環境コミュニケーションの推進 (社外向け)・「CSRレポート」の作成、配布 <ul style="list-style-type: none"> ・企業ホームページにおける情報開示の継続 (社内向け)・各種研修やeラーニングを通じた環境教育の実施 <ul style="list-style-type: none"> ・イントラネットや社内報などを通じた社内啓発の推進 ・ボランティアの実施(植林活動、地域清掃など)

2007年度の主な環境への取り組み

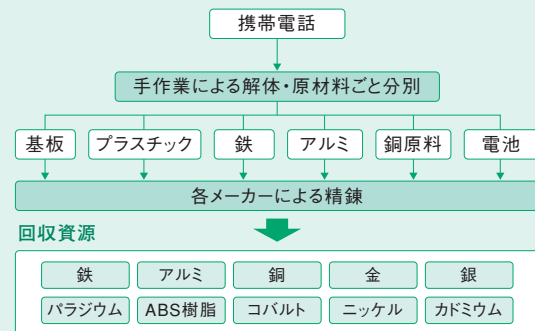
KDDIは、携帯電話や通信設備など資源のリサイクルに積極的に取り組むとともに、新たな環境活動にもチャレンジしています。

■ 携帯電話リサイクルへの取り組み

携帯電話にはプラスチックや金、銀、銅などのほかに、パラジウムなどの希少性の高い金属も使用されています。これらの希少金属は、さまざまな先端技術やハイテク製品の製造に不可欠であり、世界的に需要が高まるなか、資源の循環利用が求められています。

KDDIでは、これらの資源を大切に使うため、携帯電話とその周辺機器のリサイクルに積極的に取り組んでいます。全国に約2,500あるauショップで、事業者やメーカーを問わず回収し、素材ごとに解体・分別して、焼却処理をできるだけ行わずに元の素材へ再生する「マテリアルリサイクル」を推進しています。現在では携帯電話本体は、再資源化率（マテリアルリサイクル）98%を達成しています。

▶ 携帯電話の解体・分別の流れ



● 携帯電話リサイクルの流れ

1. 店頭での回収

auショップなどの販売店で、お客さまが不要になった携帯電話の本体・電池・充電器などを、事業者やメーカーを問わず回収し、リサイクル工場へ搬送します。回収時には、店頭へ設置した携帯電話破砕機で、携帯電話本体に穴を開け、お客さまの情報保護に努めています。



携帯電話破砕機

2. 手作業による分解・分別

リサイクル工場では、まず携帯電話を液晶部分、基板、プラスチックカバーなどに分解します。手作業による丁寧な分解を行うことで、最大20種類の部品を取り出すことが可能となり、再資源化効率が高まりました。



手作業による携帯電話の分解

3. リサイクル処理・再資源化

素材ごとに溶解・精錬などの工程を経てリサイクル処理が行われ、新たな資源に生まれ変わります。KDDIでは一連の処理により、携帯電話本体の98%を再資源化しています。再資源化された金や銀などは再び電子部品に利用され、銅は銅線、鉄は鉄パイプ、プラスチックはおもちゃなどに生まれ変わります。

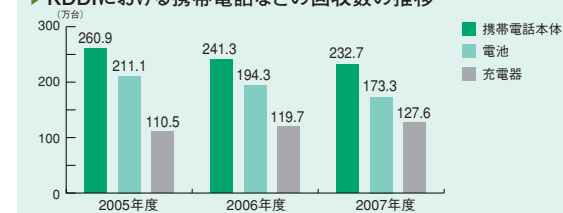


金属類の溶解

● 携帯電話リサイクル実績と啓発活動

携帯電話の写真データやメールを残しておきたいという理由などから、不要になった携帯電話を手元に保存されるお客さまが増え、国内でのリサイクル台数は減少傾向にあります。KDDIでは、回収数の増加に向けて、ホームページや店頭でリサイクルへのご理解・ご協力を呼びかけるとともに、写真などのデータやアドレス帳を保存できる専用ページ「au My Page」を提供するなど、リサイクルしやすい環境の整備を進めています。

▶ KDDIにおける携帯電話などの回収数の推移



Voice 100%の再資源化に向けて

当社は、KDDIさまと協力して携帯電話のリサイクルに取り組んでいます。手作業で分解することにより多くの部品に分解し、再資源化100%をめざしています。しかし、最近では携帯電話の高機能化が進み、本体部品が2分割されてスライドや回転をしたり、防水加工があたりと、耐久性や堅牢性の高い新しい仕様の携帯電話が増えており、手作業で分解する工数と処理時間が増えていることが課題です。



岡崎 栄一 氏
横浜金属商事株式会社
環境リサイクル部

* 携帯電話リサイクル実績については、沖縄地区においてau携帯電話サービスを提供している沖縄セルラー電話(株)の実績を含めて集計しています。

ステークホルダー満足の向上

マネジメント報告

環境報告

環境保全への取り組み

事業活動と環境への影響

中期環境保全計画

環境保全活動の目標と実績

2007年度の主な環境への取り組み

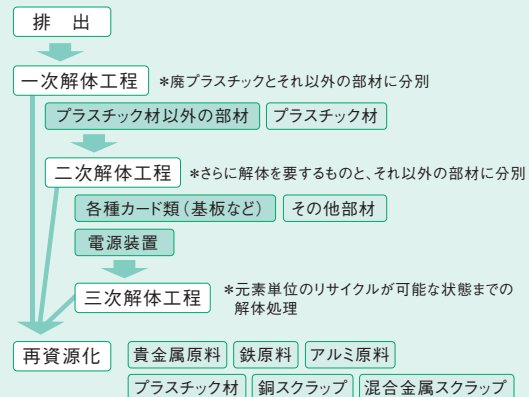
通信設備のリサイクル

KDDIでは、通信サービスの拡充にともない、通信設備の新設と除却、更新を常に行っていますが、不要となった通信設備については積極的にリサイクルを推進しています。

● au携帯電話基地局のリサイクル

通話品質の向上をめざして、日々、au携帯電話の基地局の新設や更新を行っています。このため不要となった基地局の設備は素材別に細かく分別し、再資源化効率を重視してリサイクルを行っています。2007年度にはリサイクル率99.6%（マテリアル・サーマルリサイクル）を達成しました。

▶ 基地局設備のリサイクルの流れ



不要になった取扱説明書を循環再生紙にリサイクル

KDDIでは、2007年11月から携帯電話に同梱されている取扱説明書、パンフレット、チラシ、個装箱などをauショップで回収する活動を開始しました。回収された古紙は「循環再生紙」としてリサイクルし、従業員の名刺やパンフレットなどの印刷物に再利用する予定です。2007年度は、約160tの古紙を回収し、売却金の一部は国際的な環境保全活動を行う財団法人オイスカに寄付しました。

Voice 紙のリサイクル活動に取り組んで

携帯電話の多機能化にともない、説明書のページ数が増える傾向にあり、日頃から紙の使用量を懸念していました。そこで、何か環境に配慮した活動はできないかと考え、紙のリサイクル活動を思いつきました。



コンシューマ品質管理部
モバイルターミナル
検証グループのメンバー

実施にあたっては、KDDIでは前例のない活動であったことから、運用方法などを検討するのに苦労しましたが、今まで直接お取引がなかった製紙会社や古紙回収会社、輸送会社の方々と運用方法を考えていくなかで、業界の違いや会社内の意思決定の進め方の違いなどを学び、大変勉強になりました。また、日本の製紙業界では古紙の供給量が逼迫し、大きな社会問題になっていることも実感しました。2008年度は、auだけでなく、KDDI全体のリサイクル活動に広げていけるよう取り組みを進めていきたいと考えています。

インターネット請求の利用促進

請求書を電子化して携帯電話やパソコンで閲覧できる「インターネット料金お知らせサービス」は、紙資源だけでなく請求書の郵送にかかわるエネルギーも節減できるため、地球温暖化の抑制につながります。2008年3月時点で、約215万人のお客さまにご利用いただき、2007年度は約645.3t、A4判紙換算で1億6,132万枚の節減となりました。

オフィスでのエコ活動

KDDIでは、2004年度からゴミの分別や昼休み時間の消灯などのエコ活動をオフィスで実施しています。また、2006年度から、オフィスの設定温度を、夏季は28℃に設定する「ノーネクタイ・ノー上着運動」、冬季は20℃に設定する「冬のオフィス省エネ活動」を実施しています。

環境イベントの開催

2008年3月に、KDDIデザインスタジオで環境イベント「Music Forest～森と音楽をいつまでも～」を開催しました。ピアノなどの楽器は樹齢百年にもなる木材から製作されているものがあり、森を守ることが音楽を守ることにつながることをご来場のみなさんにお伝えしました。



環境イベントの様子

KDDIグループのCSR活動

KDDIでは、国内外のグループ会社でCSR活動を推進し、社会との一層の信頼関係構築に努めています。

❑ KDDIグループ会社でのCSRへの取り組み

KDDIグループは、KDDIと連結子会社59社（国内33社、海外26社）および関連会社15社（国内12社、海外3社）から構成されています（2008年3月末現在）。国内外のグループ会社で、環境保全や社会貢献活動を行うとともに、事業活動を通じたCSR活動の推進にも積極的に取り組み、社会との信頼関係の構築に努めています。

● コンプライアンスの徹底

KDDIグループでは、各国・各地域の法制度や社会的慣習、文化的背景を理解して、地域社会との良好な関係を構築し、事業を円滑に営むため、国内外のグループ会社に企業倫理委員会を設け、コンプライアンスに関する啓発や情報共有などを行うことで、コンプライアンスの徹底に取り組んでいます。

* 参照：P.33 KDDIグループ企業倫理委員会体制図

● 環境保全への取り組み

KDDIグループでは、KDDI環境憲章に基づく環境マネジメント体制を構築して環境保全活動を積極的に推進するとともに、環境マネジメントの国際規格ISO14001の認証取得を進めています。

▶ 主要なグループ会社（2008年3月末現在、無印は連結子会社、※印は関連会社を示す）

【海外】

北アメリカ

KDDI AMERICA, INC.
KDDI GLOBAL, LLC.
TELEHOUSE INTERNATIONAL CORPORATION OF AMERICA

南アメリカ

HOLA PARAGUAY S.A.

ヨーロッパ

KDDI EUROPE LTD.
KDDI FRANCE S.A.S.
KDDI DEUTSCHLAND GMBH
TELEHOUSE INTERNATIONAL CORPORATION OF EUROPE LTD. ほか

アジア

KDDI HONGKONG LTD.
KDDI SINGAPORE PTE. LTD.
北京凱迪愛通信技術有限公司
MobiCom Corporation※ ほか

オセアニア

KDDI AUSTRALIA PTY. LTD.

【国内】

(株) KDDIネットワーク&ソリューションズ
(株) KDDIテクニカルエンジニアリングサービス
沖縄セルラー電話(株)
(株) KDDIエボルバ
(株) mediba
モバオク(株)※
ジャパンケーブルネットホールディングス(株)
ジャパンケーブルネット(株)
KMN(株)
(株) KDDI研究所
国際ケーブル・シップ(株)
日本通信エンジニアリングサービス(株)
(株) KDDIテクノロジー
日本インターネットエクスチェンジ※
京セラコミュニケーションシステム(株)※ ほか

❑ KDDIグループ会社における社会貢献活動（一部）

● 沖縄セルラー電話株式会社

2007年11月、沖縄県立博物館・美術館の開館にあわせて、琉球王国の歴史などについての記念映像DVD（2作品、各2,000枚）を製作し、同館に贈呈しました。DVDは館内で上映されるほか、沖縄県内の小中学校や社会教育施設へ無料で配布され、郷土理解の教材として活用されています。



DVD寄贈に携ったメンバー

● MobiCom Corporation

MobiComでは2007年秋、モンゴル・ウランバートル市内の第24校（中高一貫校）にパソコン90台を寄付しました。これにより、同校では高校1、2年生の4つのクラスでITの授業を行えるようになりました。今後もITに興味を持ち、活用できる学生が増えるように活動を続けていきたいと考えています。



ウランバートル市内の第24校でのIT授業風景

● TELEHOUSE INTERNATIONAL CORPORATION OF EUROPE LTD.

TELEHOUSE EUROPEは、英国政府直属の災害復旧チーム（副首相事務所直属のロンドン災害復旧チームおよび内閣府直属の電気通信業界地域災害復旧チーム）に参加し、災害時の具体的解決案を策定する活動に貢献しています。



TELEHOUSE EUROPE
セキュリティ部門
David Ayers 氏

第三者意見



NPO法人 サステナビリティ
日本フォーラム 代表理事
NPO法人 社会的責任投資フォーラム
代表理事

後藤 敏彦 氏

「我々は、人類が今分岐点に立っていることを認識し」という言葉が2002年の世界サミットでのヨハネスブルグ宣言にあります。2007年12月の気候変動枠組条約締約国バリ会議などを経て世界の認識は全く変わりました。人類は動物圏から分かれて人間圏をつくってきました。その活動が地球の環境許容量をはるかに超えてしまい、今、再び地球圏、生命圏と調和した人間圏の再構築、すなわち持続可能な社会の構築が求められています。まさに文明史の変革期です。

人間圏における基本要素のひとつが情報通信です。90億人を目前にした人間圏で持続可能な情報通信サービスのあり方は何か。2050年での情報通信のあり方、これがビジョンと考えますが、そこからのバック・キャスト手法に基づく具体的な中長期事業計画が勝ち組の必須事項と思います。

人類社会がグローバルに解決を迫られている課題は、気候変動対応であり、それと密接に絡んだ生物多様性と南北問題

です。自社のエネルギー、資源使用問題は認識しておられますので、当面の計画の貫徹は勿論のこと、併行して早急に温暖化ガス（GHG）総量削減計画の策定を期待したい。GHGの80～90%削減は無理といった途端に思考停止に陥りますので、長期的な観点で“*We can do.*”と考えるべきです。

南北問題解決は先進国の企業にも責務がありますので、途上国での貧困撲滅に本業で貢献し、しかもペイする情報通信サービスをどう提供していくかは大きな課題のひとつと思います。生物多様性については、何が必要で何ができるかの棚おろしが第一歩でしょう。そのためにも、グリーン購入をCSR購入に進化させ、サプライチェーンマネジメントを進められるのも一案と思います。キーは企業間も含め、さまざまなステークホルダーとのパートナーシップだと考えます。

掲げられた基本理念はCSRとして極めてオーソドックスなものと思いますが、上述したことなどが認識のベースとして必須と考えます。課題はそれをどう実現するかですがTCSという全社活動として位置付けられていると理解しました。TCSの基本コンセプト、事業領域と社会の課題の整理も適切と評価しますが、今一度上述したことを反映したものになっているのかは見直してみる価値はあると考えます。

ITリテラシーの向上や子どもを守るなどについてさまざまな取り組みをしておられますが、インフラ提供者としては永遠の責務であり、今後ともリーダーシップの発揮を期待します。

CSRの基本は生き生きとした職場づくりだと考えています。多様な取り組みだけでなく、生き生き度がわかるような仕組みがあるとよいと思います。また、販社への取り組み、販社との協働取り組みなどについて情報が少ないと感じました。社会との大きな接点なのでもっと多くてもよいと思いました。

CSRレポートになると情報量が多くなりますので、ダイジェスト版とフルレポートの2部構成は親切ですが、さらにウェブとの併用、アニュアルレポートなどとの相互補完関係を工夫されたいとよくないと思います。報告書は網羅性よりもマテリアリティ（重要性）原則が重くみられるようになってきました。「特集」は一種の重要性項目選択の結果とも考えられますが、選択プロセスの説明が欲しいところです。

提示されている情報は、プラン（P）、ドウ（D）が主体でチェック（C）、アクト（A）情報が少ないと感じました。数値化した目標情報と結果、今後の目標などがわかりやすく示されることの強化が望まれます。また、報告は単体のものですが早急に連結ベースとされることをお勧めします。

いま、読者層が変わってきており、学生を含め一般の方々が読むようになってきています。そこで業界用語、専門用語については懇切丁寧な解説が必要です。例えば、本文内での説明ではなく、あえて欄外で用語解説するなど、すこし工夫されたいと思います。

KDDI株式会社 総務部 CSR・環境推進室

〒102-8460
東京都千代田区飯田橋3丁目10番10号 ガーデンエアタワー
TEL 03-6678-1381
FAX 03-6678-0317
E-mail csr@kddi.com
<http://www.kddi.com/csr>

